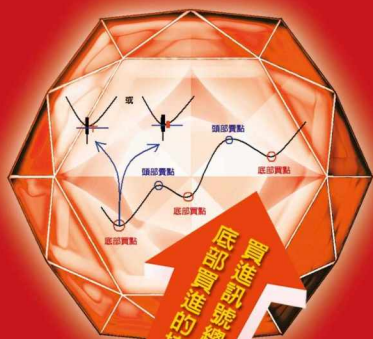


寰宇技術分析

買進訊號



買進訊號總覽
底部買進的技術分析



著★董鍾祥



寰宇技術分析305

買進訊號

著 / 董鍾祥

寰宇出版股份有限公司



目錄

前言	5
壹、底部低檔區的買進訊號	9
一、趨勢分析的買進訊號	10
(一) 多頭市場的買進訊號	10
(二) 空頭市場的買進訊號	13
(三) 盤整市場的買進訊號	16
二、各種技術分析理論的買進訊號	19
(一) K線理論的買進訊號	19
(二) 型態理論的買進訊號	31
(三) 移動平均線理論的買進訊號	66
(四) 葛蘭碧八大法則的四種買進訊號	78
(五) 趨勢理論的買進訊號	107
三、常用技術指標的買進訊號	110
(一) 快速KD指標的買進訊號	110
(二) RSI指標的買進訊號	113
(三) KD指標的買進訊號	116
(四) MACD指標的買進訊號	119
(五) DMI指標的買進訊號	122
(六) 多空指標的買進訊號	125

四.綜合研判的買進訊號	128
(一) 威廉指標和RSI指標	128
(二) 威廉指標和快速KD指標	131
(三) 威廉指標/快速KD指標/RSI指標	134
(四) 威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則 (短線負乖離過大)	137
(五) 威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則 (中線負乖離過大)	140
(六) 威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則 (長線負乖離過大)	143
(七) 快速KD指標和K線理論(切入線)買進訊號	146
(八) 快速KD指標和K線理論(黎明之星)買進訊號	149
(九) 快速KD指標和K線理論(孕育線)買進訊號	152
(十) 快速KD指標和K線理論(陽包陰)買進訊號	155
(十一) 快速KD指標和標準型態(W底)買進訊號	158
(十二) 快速KD指標和失敗型態(W底)買進訊號	160
(十三) 快速KD指標和強勢型態(W底)買進訊號	162
(十四) 快速KD指標和標準型態(頭肩底)買進訊號	164
(十五) 快速KD指標和失敗型態(頭肩底)買進訊號	166
(十六) 快速KD指標和強勢型態(頭肩底)買進訊號	168
(十七) 快速KD指標和標準型態(箱型底)買進訊號	170
(十八) 快速KD指標和失敗型態(箱型底)買進訊號	172
(十九) 快速KD指標和強勢型態(箱型底)買進訊號	174
(二十) 快速KD指標和島(狀)反轉底部形態買進訊號	176
(二十一) 快速KD指標和葛蘭碧八大法則的四種買進訊號	178
(二十二) KD指標和K線理論(切入線)買進訊號	187
(二十三) KD指標和K線理論(黎明之星)買進訊號	189



(二十四) KD指標和K線理論(孕育線)買進訊號	191
(二十五) KD指標和K線理論(陽包陰)買進訊號	193
(二十六) KD指標和標準型態(W底)買進訊號	195
(二十七) KD指標和失敗型態(W底)買進訊號	197
(二十八) KD指標和強勢型態(W底)買進訊號	199
(二十九) KD指標和標準型態(頭肩底)買進訊號	201
(三十) KD指標和失敗型態(頭肩底)買進訊號	203
(三十一) KD指標和強勢型態(頭肩底)買進訊號	205
(三十二) KD指標和標準型態(箱型底)買進訊號	207
(三十三) KD指標和失敗型態(箱型底)買進訊號	209
(三十四) KD指標和強勢型態(箱型底)買進訊號	211
(三十五) KD指標和島形(狀)反轉底部形態買進訊號	213
(三十六) KD指標和葛蘭碧八大法則的四種買進訊號	215

貳、半山腰的買進訊號 223

(一)由KD指標研判半山腰買進訊號	225
(二)由型態理論(上升旗型)研判半山腰買進訊號	234
(三)由波浪理論研判半山腰買進訊號	239

參、頭部高檔區的買進訊號 243

(一)股價突破盤局創新高	246
(二)技術指標位於80-100鈍化	249

肆、結 論 253



筆者鑽研技術分析的實戰經驗法則近二十年，在好朋友的多
次熱情邀約和催促下，才又提起發懶的手，專心把多年研究的實
戰經驗法則記錄下來，和有緣的讀者分享，爲了能讓讀者易讀、
易學、易懂，將陸續推出兩冊；分別爲《買進訊號》，以及《賣
出訊號》。

股票市場的分析方法有三種：(1)產業分析 (2)基本分析 (3)技
術分析。投資人無論是專精於何種分析方法，終究要回到實務面
操作---買進或賣出。

買進訊號出現的位置相當重要，如果是底部低檔區出現買
進訊號，其未來漲勢波段可期，報酬率最高。如果買進訊號出現
的位置在半山腰，其未來漲勢，有可能短，有可能長，報酬率次
高。如果買進訊號出現的位置是在頭部高檔區，其未來漲勢可能
短，不可能長(少數飆股除外)，報酬率最低；甚至有可能出現物
極必反，隔天盤中見高點，之後便一路下滑，報酬率不是正值，
反而是負值；可見買點的位置非常重要，攸關買進之後的報酬率
和持股信心。一般投資人，如果是買在底部低檔區，其持股信心
非常大，不會因爲短線的國際股市或美股或台股大跌而心慌意亂
賣出；倘若是買在頭部高檔區，持股信心肯定是不會大，一旦碰



到短線的利空消息，便會心慌意亂的立即認賠賣出。

略懂技術分析的投資人，大都可以分辨買進訊號所處的位置是底部區或半山腰或頭部區。但是專研產業分析和基本分析的投資人，比較不易分別買進訊號所處的位置是底部區或半山腰或頭部區。筆者曾待過外資券商和投信公司，看見外資的分析師或投信的研究員，其買進訊號的判斷，主要是依據今、明兩年的P/E(本益比)或P/B(股價淨值比)的高低...等來判斷，完全無視技術面買進訊號的相對位置。

大部分的外資分析師和投信研究員，都是看到標的股票的價格強勢上漲，於是產生好奇，便主動打電話給標的股票公司的發言人或財務長，或總經理，詢問可否到標的公司拜訪，了解標的公司的基本面？若標的公司的基本面展望非常好或不錯，分析師或研究員回到公司就會立即寫推薦買進報告，在隔天早上的晨會中，報告昨天拜訪標的公司的投資建議：

(1)若給標的公司的投資建議是強烈買進，則基金經理人和全權委託代操經理人的動作，會於9點鐘開盤前，迅速開立市價(漲停板)買進單，交給交易室立即執行買進。所以為什麼有股票一開盤就漲停板鎖起來，委買漲停板價位的張數竟然高達數萬張或數十萬張搶著排隊買進，這就是外資分析師或投信研究員“強烈買進”推薦報告的威力；不管標的股價所處位置的高低，硬是用大量資金扭轉成上漲趨勢。

(2)若給標的公司的投資建議是買進或分批買進，則基金經理人和全權委託代操經理人的動作，會於9點鐘開盤後至13：30收盤前，開立不指定價位買單或限價限量買單，交給交易室自行判

斷執行買進，對標的股票的價格不會產生激烈的拉抬作用。

爲什麼常常看見，當外資的分析師調升投資標的的投資評等或建議買進，股價僅大漲一兩天就拉回修正？是因爲外資分析師不知道股價正位處於高檔頭部區。當投信研究員建議買進時，若是大投信公司的研究員喊買進，市場亦會捧場上漲一、兩天，反之，若是小投信公司的研究員喊買進，市場不但不捧場上漲，有時還會大跌。綜上得知，好的買進位置，便宜的價格，才是賺錢唯一的法則。

股市名言：『想賺錢底部買進不賺也難，頭部買進登天還難』。尊重趨勢、敬畏趨勢、服從趨勢；“順勢操作”乃股市賺錢的王道。

本書的買進訊號分爲：底部低檔區的買進訊號、半山腰的買進訊號和頭部高檔區的買進訊號。底部區的買進訊號是本書寫作的重點，本書希望藉著筆者多年的研究心得和經驗，幫大家把各種底部低檔區的買進訊號整理出來，供有緣的讀者參考運用。

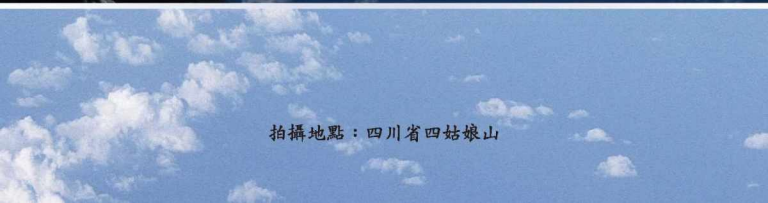
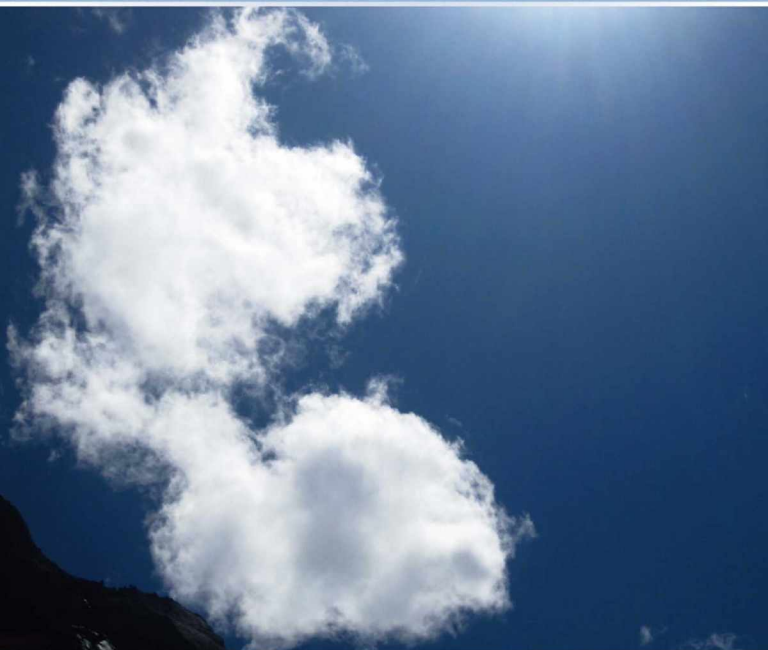
股市是活的，沒有人能夠完全駕馭它，它不會依你的喜好、感覺、認爲而漲跌，它是公平的，誰比別人多一分努力研究，辛苦付出，找出一些成功的經驗法則，便會結出豐富的果實。作者希望本書能讓大家都能學會且熟悉各種底部低檔區的買進訊號，日後每次出手買進，賺錢的機率和報酬率都能大增。學會股市釣魚，一生受用無窮。

8



■ 買進訊號 ■

壹、底部低檔區的買進訊號



拍攝地點：四川省四姑娘山



一.趨勢分析的買進訊號

可分為多頭市場的買進訊號、空頭市場的買進訊號、盤整市場的買進訊號。

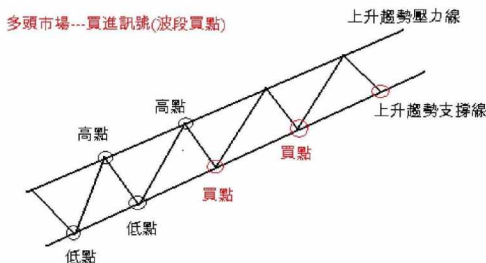
(一)多頭市場的買進訊號

多頭市場的特徵：

技術面：波段高點一頂比一頂高，見壓不是壓，波段壓力關卡一一被突破；波段低點則是一底比一底高，底部越墊越高，甚至波段回檔低點都不跌破前波高點，形成多頭上升趨勢軌道。

基本面(消息面)：利多大漲；利空鈍化或大跌。當總經數據或財報數據...等發布利多時，則股市會大漲；當總經數據或財報數據...等發布利空時，股市會不跌反漲或大跌。

趨勢慣性：緩漲急跌。量價關係(1)價漲量增，(2)價跌量縮。如下圖：





實例3.個股走勢圖(晶電)：



經驗分享：

股票市場是活的，不會一成不變，反而是出乎意料之外的多變。當你好像掌握到一些股票的經驗法則或慣性時，正準備下次好好運用此經驗法則或慣性，買進股票大賺一筆，結果卻是大大的出人意料之外，股市完全不按牌理出牌。

上圖所舉例的多頭市場買進訊號，也只能僅供參考，因為股市的多頭市場，不會一成不變的呈現幾乎是平行的上升軌道，因為教學舉例方便，而舉其為例。多頭市場的趨勢一定是向上，但不一定會構成類似平行的上升趨勢軌道，低點會一底比一底高，畫上升趨勢線的要領是，找最新的低點和前一波的低點，將此兩個低點相連，便是最新的上升趨勢支撐線，只要漲多拉回不跌破此新的上升趨勢支撐線，便是多頭市場的買點。

(二)空頭市場的買進訊號

空頭市場的特徵：

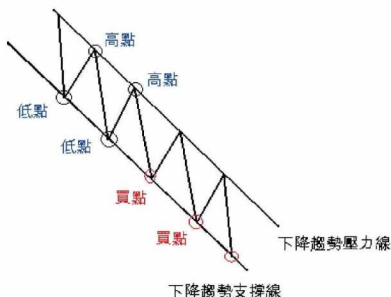
技術面：波段低點一底比一底低，見底不是底，波段支撐關卡一一被跌破；反彈高點則是一頂比一頂低，甚至反彈高點都不過前波低點，形成空頭下降趨勢軌道。

基本面(消息面)：利空大跌；利多鈍化或小漲。當總經數據或財報數據...等發布利空時，則股市會大跌；當總經數據或財報數據...等發布利多時，股市會不漲反跌或小漲。

趨勢慣性：緩跌急漲。量價關係(1)價漲量縮 (2)價跌量增。

如下圖：

空頭市場---買進訊號(反彈買點)



14

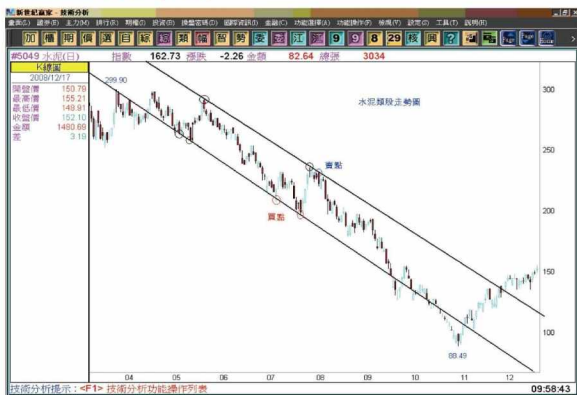


■ 買進訊號 ■

實例1.大盤走勢圖：



實例2.類股走勢圖(水泥)：



實例3.個股走勢圖(台泥)：



經驗分享：

上圖所舉例的空頭市場買進訊號，也只能僅供參考，因為股市的空頭市場，不會一成不變的呈現幾乎是平行的下降軌道，因為教學舉例方便，而舉其為例。

空頭市場的趨勢一定是向下，但不一定會構成類似平行的下降趨勢軌道，低點會一底比一底低，畫下降趨勢線的要領是，找最新的低點和前一波的低點，將此兩個低點相連，便是最新的下降趨勢支撐線，只要拉回修正不跌破此新的下降趨勢支撐線，便是空頭市場的反彈買點。



(三)盤整市場的買進訊號

盤整市場的特徵：

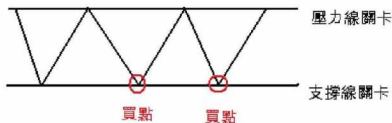
技術面：區間盤整，反彈高點無法有效突破壓力線關卡，拉回修正亦無法有效跌破支撐線關卡，形成箱型趨勢軌道。經驗法則：(1)突破壓力線關卡追價買進，常常是假突破，形成追價買盤套牢，認賠殺出。(2)跌破支撐線關卡認賠殺出，常常是假跌破，形成錯誤追殺，反手買回。

基本面(消息面)：利多大漲；利空大跌。當總經數據或財報數據...等發布利多時，則股市都會反應利多上漲；當總經數據或財報數據...等發布利空時，股市都會反應利空下跌。

趨勢慣性：急漲急跌。量價關係(1)價漲量增 (2)價跌量縮。

如下圖：

盤整市場---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 17

實例1.大盤走勢圖：



實例2.類股走勢圖(鋼鐵)：





實例3.個股走勢圖(東鋼)：



經驗分享：

上圖所舉例的盤整市場買進訊號，也只能僅供參考，因為股市的盤整市場，不會一成不變的呈現幾乎是平行的盤整軌道，因為教學舉例方便，而舉其為例。

盤整市場的趨勢一定是橫向，但不一定會構成類似平行的盤整趨勢軌道，低點會一底比一底高，畫盤整市場的要領是，先找到 a 點和 c 點的低點，將此兩個低點相連，便是盤整市場的箱型底，a c 連線就是盤整市場的上升趨勢支撐線，只要拉回修正不跌破此 a c 連成的上升趨勢支撐線，便是盤整市場的買點。

二、各種技術分析理論的買進訊號

可分為：K線理論的買進訊號、型態理論的買進訊號、移動平均線理論的買進訊號、葛蘭碧八大法則的四種買進訊號、趨勢理論的買進訊號。

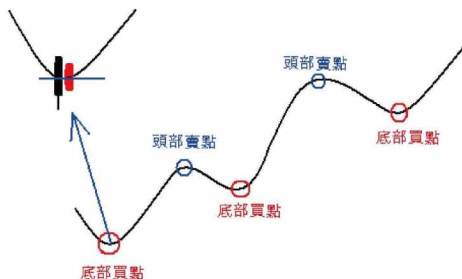
(一)K線理論的買進訊號

1.切入線---買進訊號(底部出現機率約90%)

在股價波動循環的低檔區，出現“切入線”買進訊號的機率約高達90%。何謂切入線---買進訊號？當股價跌到相對低檔區（威廉指標=100或接近100），收盤時的K線收長黑或收黑帶下影線，隔日的K線收紅，其收盤價>今日黑K棒的1/2，謂之“切入線”---買進訊號。

如下圖：

切入線---買進訊號



20



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“切入線”底部買進訊號：



實例2.類股(手機)---“切入線”底部買進訊號：



實例3.個股(大立光)——“切入線”底部買進訊號：



經驗分享：

若想在各種技術分析理論當中，找到底部區最先出現的買進訊號，那絕對是K線理論當中的“切入線”買進訊號。若在日線圖出現“切入線”買進訊號，代表短線的買進訊號；若在週線圖出現“切入線”買進訊號，代表中線的買進訊號；若在月線圖出現“切入線”買進訊號，代表長線的買進訊號。既然短、中、長線的買進訊號已經非常清楚的定義，接下來就剩投資人的信心和執行力。

當多頭市場漲多拉回修正，股價來到相對低檔區且出現“切入線”買進訊號，相信大多數的投資人一定毫不猶豫的執行買進動作；但是在空頭市場或盤整市場同樣出現“切入線”買進訊號，大多數投資人的信心會動搖且產生懷疑，執行買進動作的機率大減；結果買進訊號是對的，股價真的從底部低檔區起漲或大漲。故買進訊號出現時一定要勇敢買進，若擔心害怕，可以先少量為之並善設停損點，如此便不會再出現“遺珠之憾”。

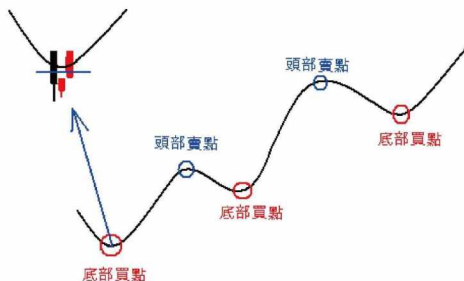


2.黎明之星---買進訊號(底部出現機率約80%)

在股價波動循環的低檔區，出現 "黎明之星" 買進訊號的機率約高達80%。何謂黎明之星---買進訊號？當股價跌到相對低檔區(威廉指標 = 100或接近100)，收盤時的K線收長黑或收黑帶下影線，隔日的K線收紅，但其收盤價<今日黑K棒的1/2，無法形成切入線---買進訊號，必須再等待一天，如果後天的K線收紅，兩紅吃一黑，其收盤價>黑K棒的高點或接近高點，謂之 "黎明之星" ---買進訊號。

如下圖：

黎明之星---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 23

實例1.大盤——“黎明之星”底部買進訊號：



實例2.類股(封測)——“黎明之星”底部買進訊號：





實例3.個股(聯電)---“黎明之星”底部買進訊號：



經驗分享：

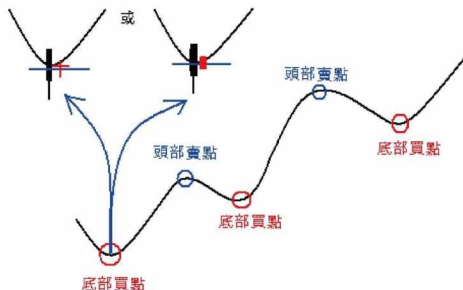
K線理論當中的“黎明之星”買進訊號，在底部區買進訊號的優先順序中，僅次於“切入線”買進訊號。當多頭市場漲多拉回修正，股價來到相對低檔區且出現“黎明之星”買進訊號，大多數的投資人都會執行買進動作；但是在空頭市場或盤整市場同樣出現“黎明之星”買進訊號，大多數投資人會產生懷疑，而影響執行買進的動作。當買進訊號出現時一定要勇敢買進，若擔心害怕，可以先逢低買進5-10%，待漲勢確立，再加碼買進；若是漲勢未確立或僅是一日行情，立即獲利賣出或停損出場，保住本金是第一要務，留得青山在，下次才能大賺一筆。

3. 孕育線(母子線)---買進訊號(底部偶爾出現)

在股價波動循環的低檔區，偶爾會出現“孕育線”或“母子線”的買進訊號。何謂孕育線---買進訊號？當股價跌到相對低檔區(威廉指標=100或接近100)，收盤時的K線收長黑或收黑帶下影線，隔日的K線收紅十字線或小紅棒，其收盤價約 = 今日黑K棒的1/2，謂之“孕育線”或“母子線”---買進訊號。

如下圖：

孕育線(母子線)---買進訊號



26



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“孕育線”底部買進訊號：



實例2.類股(水泥)---“孕育線”底部買進訊號：



實例3.個股(聯發科)——“孕育線”底部買進訊號：



經驗分享：

K線理論當中的買進訊號“孕育線”又稱“母子線”，在台灣大盤加權股價指數出現的機率非常少，但是出現在個股的機率比較高。“孕育線”的買進型態比“切入線”或“黎明之星”難判斷。孕育線的定義：在相對低檔區，出現黑K棒，隔天收小紅K棒或小十字線，位於黑K棒的1/2處，謂之“孕育線或母子線”。

當股價的K線出現“孕育線”買進訊號，實務上是立即執行買進動作，無論金額大小，先逢低買進5-10%，待漲勢確立，再加碼買進；若是漲勢未確立或僅是一日行情，立即獲利賣出或停損出場，戰果是小贏小輸，對本金影響不大，留得青山在，下次才能大賺一筆。

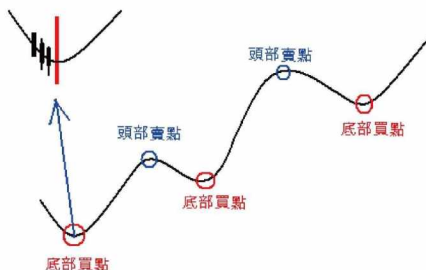


4.陽包陰(三線反紅)---買進訊號 (底部偶爾出現，大都出現在漲升盤整的過程中)

在股價波動循環的低檔區，偶爾會出現陽包陰(三線反紅)的買進訊號。K線又稱陰陽線，上漲的紅K棒稱之為陽線；下跌的黑K棒稱之為陰線；何謂陽包陰(三線反紅)---買進訊號？當股價跌到相對低檔區(威廉指標=100或接近100)，收盤時的K線已經多日呈現小黑棒偶爾夾帶小紅棒，隔日的K線收長紅棒，其收盤價>過去三天的盤中高點，謂之“陽包陰”或“三線反紅”---買進訊號。簡言之，K線型態呈現“一紅吃三黑”。

如下圖：

陽包陰(三線反紅)---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 29

實例1.大盤——“陽包陰”底部買進訊號：



實例2.類股(航空)——“陽包陰”底部買進訊號：





實例3. 個股(長榮航空)---“陽包陰”底部買進訊號：



經驗分享：

K線理論當中的買進訊號“陽包陰”是可遇不可求的買進訊號，因為他的出現是無法預知的，往往是因為突發的利多消息造成股價大漲，K線出現長紅棒，一紅吃數黑，過去橫盤多天，一根長紅棒全部解套賺錢。趨勢立刻由盤整轉為多頭，故“陽包陰”是一種漲勢非常明確的買進型態，投資人若看見大盤加權指數或個股出現“陽包陰”買進型態，千萬不要錯過。

K線理論的買進訊號，是所有技術分析理論當中，唯一可以買到相對最低檔位置的理論。在股價波動循環的低檔區，最常出現的買進訊號且準確機率相當高的只有四種：就是前面所舉例的1.切入線 2.黎明之星 3.孕育線(母子線) 4.陽包陰(三線反紅)買進訊號，讀者一定要熟記且多加運用。其餘的買進訊號，準確機率都不如上述四種買進訊號佳，大都是出現在漲升的過程中，讀者知道就好。

(二)型態理論的買進訊號

型態理論的買進訊號，大都是出現在底部區。底部區出現的買進型態共有五種，分爲：W底、頭肩底、箱型底、碗型底、島型反轉等五種買進型態。底部買進型態只是雛型，必須經過(一)道氏3%理論的測試和(二)3天經驗法則的測試，舉例：當股價走勢形成W底買進型態的雛型時，之後，股價上漲必須向上穿越N.L.頸線3%，如此便符合道氏3%理論，可稱之W底買進型態確立；但實務上爲了慎重安全考慮，必須觀察3天，當股價向上穿越N.L.頸線3%之後，會形成過關拉回走勢，若拉回未跌破N.L.頸線，此刻支撐線和壓力線互換，N.L.頸線壓力關卡變成支撐關卡。道氏3%理論和3天經驗法則完全成立，表示W底買進型態確立，此點是型態確立買點(波段買點)，未來波段漲幅滿足點約等於W底的右腳對稱跌幅。第(1)到(4)種底部買進型態都要經過3%和3天法則雙重測試，才能確立；除了第(5)種島型反轉買進型態除外。



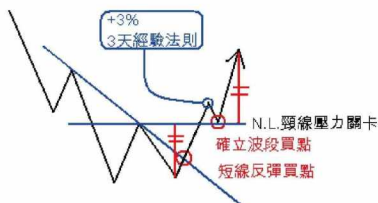
1.W底(雙重底)---買進訊號

(1)W底標準型態---買進訊號

W底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。若盤勢多頭強勁，則+3%和3天經驗法則都會成立，“確立波段買點”是絕佳買點，未來股價漲幅約等於W底的右腳跌幅。

如下圖：

W底(雙重底)---買進訊號



W底標準型態---買進訊號

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 33

實例1.大盤——“W底”標準型態買進訊號：



實例2.類股(食品)——“W底”標準型態買進訊號：





實例3.個股(仁寶)---“W底”標準型態買進訊號：



經驗分享：

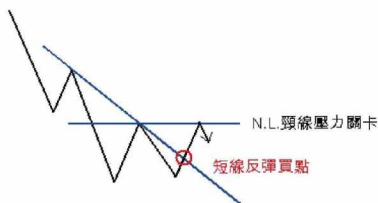
型態理論當中最常出現的買進型態就是“W底”買進型態。判斷標準的“W底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>W底的頸線3%，理論上稱W底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>W底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破W底的頸線，實務上稱W底成立。W底成立，表示股價第一波漲勢會漲到W底的右腳跌幅的對稱。

(2)W底失敗型態---買進訊號

W底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望；此乃W底失敗型態。

如下圖：

W底(雙重底)---買進訊號



W底失敗型態---買進訊號

36



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“W底”失敗型態買進訊號：



實例2.類股(銀行)---“W底”失敗型態買進訊號：



實例3個股(環科)---“W底”失敗型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中最常出現的買進型態就是“W底”買進型態。當型態出現W雙腳，很多投資人不分青紅皂白，就一股腦兒認定它是W底，這樣的判斷太草率、太武斷、不夠嚴謹；正確的說法應該是W底的雛型，必須再經過理論和經驗法則的確認，才能下定論，確定為W底。判斷標準的“W底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>W底的頸線3%，理論上稱W底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>W底的頸線3%，3天之內拉回修正，而未跌破W底的頸線，實務上稱W底成立。若股價的走勢，未能完成上述(1)理論和(2)經驗法則，就不能稱之為W底，反而變成失敗型態的“W底”。

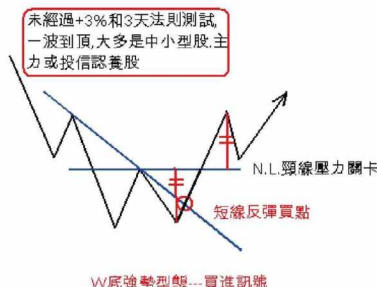


(3)W底強勢型態---買進訊號

W底的第一個買進訊號是”短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。若盤勢多頭強勁，中小型股、主力股或投信認養股，會省略+3%和3天經驗法則的測試，股價漲勢呈現一波到頂走勢，漲幅約等於W底的右腳跌幅，之後再回測N.L.頸線壓力關卡。

如下圖：

W底(雙重底)---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 39

實例1.大盤——“W底”強勢型態買進訊號：



實例2.類股(網通)——“W底”強勢型態買進訊號：





實例3. 個股(正威)--- “W底” 強勢型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中最常出現的買進型態就是“W底”買進型態。當型態出現W底買進型態的雛型時，我們必須再經過理論和經驗法則的確認，才能下定論，確定為W底。判斷標準的“W底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>W底的頸線3%，理論上稱W底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>W底的頸線3%，3天之內拉回修正，而未跌破W底的頸線，實務上稱W底成立。若股價的走勢，完成上述(1)理論和(2)經驗法則，就確認為W底買進型態。但是被投信或主力認養的小型股或投機股，一般都不會依理論和經驗法則演出，它會一波漲到W底的右腳對稱滿足點之後，才會過關拉回，回測W底的頸線支撐。

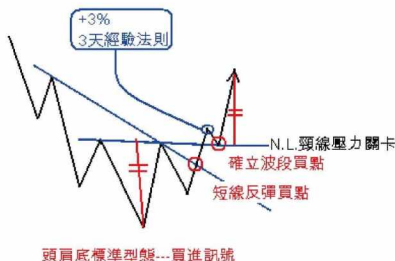
2. 頭肩底(三重底)---買進訊號

(1) 頭肩底標準型態---買進訊號

頭肩底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。若盤勢多頭強勁，則+3%和3天經驗法則都會成立，“確立波段買點”是絕佳買點，未來股價漲幅約等於頭肩底的頭部跌幅。

如下圖：

頭肩底(三重底)---買進訊號



42



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“頭肩底”標準型態買進訊號：



實例2.類股(主機板)---“頭肩底”標準型態買進訊號：



實例3.個股(中華汽車)——“頭肩底”標準型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中次常出現的買進型態就是“頭肩底”買進型態。判斷標準的“頭肩底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>頭肩底的頸線3%，理論上稱頭肩底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>頭肩底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破頭肩底的頸線，實務上稱頭肩底成立。頭肩底成立，表示股價第一波漲勢會漲到頭肩底的頭部跌幅的對稱。

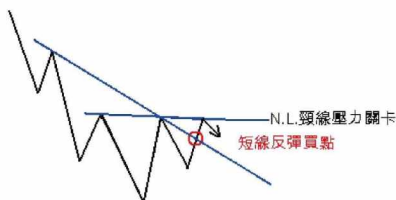


(2)頭肩底失敗型態---買進訊號

頭肩底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望；此乃頭肩底失敗型態。

如下圖：

頭肩底(三重底)---買進訊號



頭肩底失敗型態---買進訊號

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 45

實例1.大盤——“頭肩底”失敗型態買進訊號：

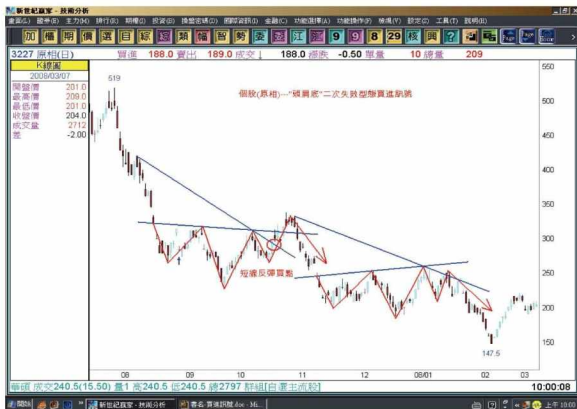


實例2.類股(太陽能)——“頭肩底”失敗型態買進訊號：





實例3.個股(原相)---“頭肩底”失敗型態買進訊號：



經驗分享：

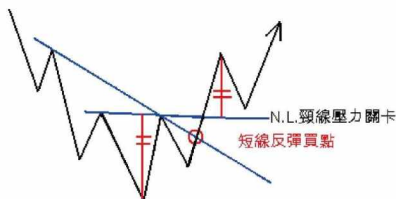
型態理論當中次常出現的買進型態就是“頭肩底”買進型態。當型態出現頭肩底，很多投資人不分青紅皂白，就一股腦兒認定它是頭肩底，這樣的判斷不夠嚴謹；正確的說法應該是頭肩底的雛型，必須再經過理論和經驗法則的確認，才能下定論，確定為頭肩底。判斷標準的“頭肩底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>頭肩底的頸線3%，理論上稱頭肩底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>頭肩底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破頭肩底的頸線，實務上稱頭肩底成立。若股價的走勢，未能完成上述(1)理論和(2)經驗法則，就不能稱之為頭肩底，反而變成失敗型態的“頭肩底”。

(3)頭肩底強勢型態---買進訊號

頭肩底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。若盤勢多頭強勁，中小型股、主力股或投信認養股，會省略+3%和3天經驗法則的測試，股價漲勢呈現一波到頂走勢，漲幅約等於頭肩底的頭部跌幅，之後再回測N.L.頸線壓力關卡。

如下圖：

頭肩底(三重底)---買進訊號



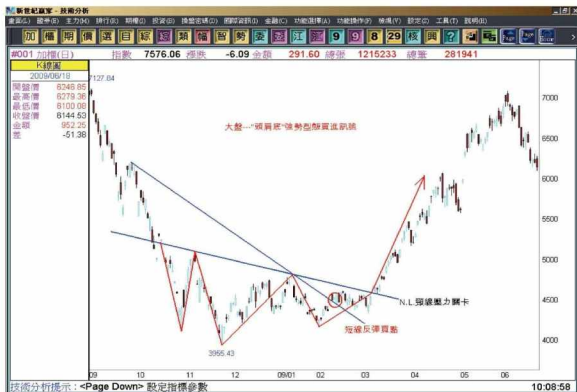
頭肩底強勢型態---買進訊號

48



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“頭肩底”強勢型態買進訊號：



實例2.類股(手機)---“頭肩底”強勢型態買進訊號：



實例3.個股(台股)---“頭肩底”強勢型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中次常出現的買進型態就是“頭肩底”買進型態。當型態出現頭肩底買進型態的雛型時，我們必須再經過理論和經驗法則的確認，才能下定論，確定為頭肩底。判斷標準的“頭肩底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>頭肩底的頸線3%，理論上稱頭肩底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>頭肩底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破頭肩底的頸線，實務上稱頭肩底成立。若股價的走勢，完成上述(1)理論和(2)經驗法則，就確認為頭肩底買進型態。但是被投信或主力認養的小型股或投機股，一般都不會依理論和經驗法則演出，它會一波漲到頭肩底的頭部對稱滿足點之後，才會過關拉回，回測頭肩底的頸線支撐。



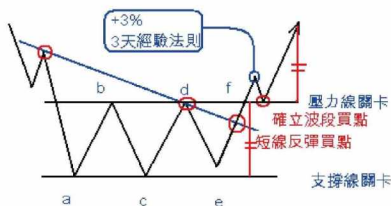
3.箱型底---買進訊號

(1)箱型底標準型態---買進訊號

箱型底是W底失敗型態的延伸，其構成的型態為a-b-c-d-e。若盤勢不佳，W底第二支腳反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪，拉回走勢。但是拉回修正走勢不跌破a-c相連所構成的支撐線e點，則形成箱型底(三重底)買進型態。箱型底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至N.L.頸線壓力關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。當股價向上突破b-d相連所構成的壓力線f點，為短線轉強訊號。若盤勢多頭強勁，則+3%和3天經驗法則會成立，“確立波段買點”是絕佳買點，未來股價漲幅約等於箱型底的箱距跌幅。

如下圖：

箱型底(三重底)---買進型態



箱型底(三重底)標準型態---買進訊號

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 51

實例1.大盤——“箱型底”標準型態買進訊號：



實例2.類股(網通)——“箱型底”標準型態買進訊號：





實例3.個股(建興電)---“箱型底”標準型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中偶爾會出現的買進型態是“箱型底”買進型態。

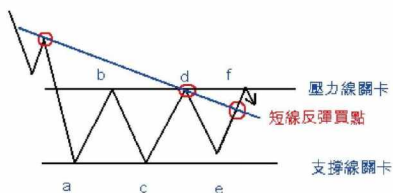
箱型底一般都是由W底的失敗型態所延伸的買進型態；判斷標準的“箱型底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價 > 箱型底的頸線3%，理論上稱箱型底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價 > 箱型底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破箱型底的頸線，實務上稱箱型底成立。箱型底成立，表示股價第一波漲勢會漲到箱型底的箱距的對稱。盤勢若出現箱型底，表示盤勢多空不明，陷入橫向盤整，箱型底打底的時間越長，表示未來上漲的爆發力越大。

(2)箱型底失敗型態---買進訊號

箱型底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至b-d構成的壓力線關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望，此乃箱型底失敗型態。盤勢有可能從底部買進型態---箱型底轉為“下降旗型”賣出型態。

如下圖：

箱型底(三重底)---買進型態



箱型底(三重底)失敗型態---買進訊號

54



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“箱型底”失敗型態買進訊號：



實例2.類股(網路)---“箱型底”失敗型態買進訊號：



實例3.個股(國泰金)——“箱型底”失敗型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中偶爾會出現的買進型態是“箱型底”買進型態。

箱型底一般都是由W底的失敗型態所延伸出來的買進型態；先將W底的雙腳a點和c點相連，構成箱型底的支撐線，若W底的買進型態失敗，將醞釀形成箱型底買進型態。當股價拉回修正測試a點和c點相連所構成的箱型底支撐線，若股價未跌破a點和c點相連所構成的箱型底支撐線，則箱型底的雛型成立；反之，一旦跌破a點和c點相連所構成的箱型底支撐線，則變成“箱型底”失敗型態。

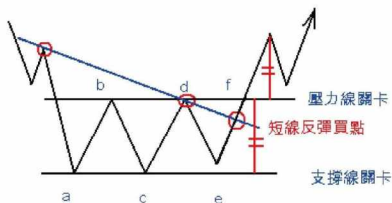


(3)箱型底強勢型態---買進訊號

箱型底的第一個買進訊號是“短線反彈買點”，進可攻，退可守。若盤勢不佳，反彈至b-d構成的壓力線關卡，不易過關，形成關前震盪或拉回走勢，則短線宜獲利了結，賣出觀望。若盤勢多頭強勁，中小型股、主力股或投信認養股，會省略+3%和3天經驗法則的測試，股價漲勢呈現一波到頂走勢，漲幅約等於箱型底的箱距跌幅，之後再回測N.L.頸線壓力關卡。

如下圖：

箱型底(三重底)---買進型態



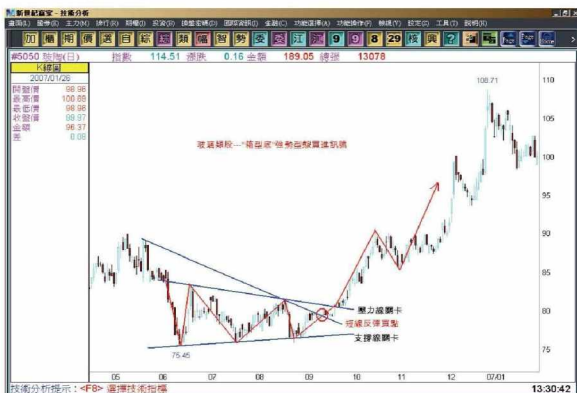
箱型底(三重底)強勢型態---買進訊號

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 57

實例1.大盤——“箱型底”強勢型態買進訊號：



實例2.類股(玻璃)——“箱型底”強勢型態買進訊號：





實例3.個股(東鋼)---“箱型底”強勢型態買進訊號：



經驗分享：

型態理論當中偶爾會出現的買進型態是“箱型底”買進型態。當型態出現箱型底買進型態的雛型時，我們必須再經過理論和經驗法則的確認，才能下定論，確定為箱型底。判斷標準的“箱型底”買進型態，有兩種準則：(1)理論：依據道氏理論，當股價>箱型底的頸線3%，理論上稱箱型底成立。(2)經驗法則：依據3天經驗法則，當股價>箱型底的頸線3%，3天之內拉回修正（3天只是概略值，最少要3天以上），而未跌破箱型底的頸線，實務上稱箱型底成立。

若股價的走勢，完成上述(1)理論和(2)經驗法則，就確認為箱型底買進型態。箱型底一般橫向盤整的時間都非常久，台股的經驗值有3-6個月；也有8個月，橫向盤整的時間越久，未來向上噴出的漲升力道也越強，一旦噴出行情啟動，一般都不會依理論和經驗法則演出，它會一波漲到箱型底的箱距對稱滿足點之後，才會過關拉回，回測箱型底的頸線支撐。

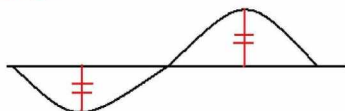
4. 碗型底 ---買進訊號

(1)碗型底標準型態---買進訊號

碗型底的特徵：成交量萎縮，股價形成“拋物線”型態，好像家裡吃飯的碗型，其買進訊號---帶量長紅棒。其未來漲幅對稱滿足點，約等於碗型底的跌幅距離。碗型底買進型態，大都出現在個股的型態上，台灣加權指數或國際股市很少看見(筆者過去20年幾乎沒有見過)。碗型底買進型態的特色：股本小，籌碼集中，噴出走勢---大飆股。

如下圖：

碗型底---買進型態



碗型底標準型態---買進訊號

60



■ 買進訊號 ■

實例1-1. 股票代碼3083---網龍 碗型底買進型態



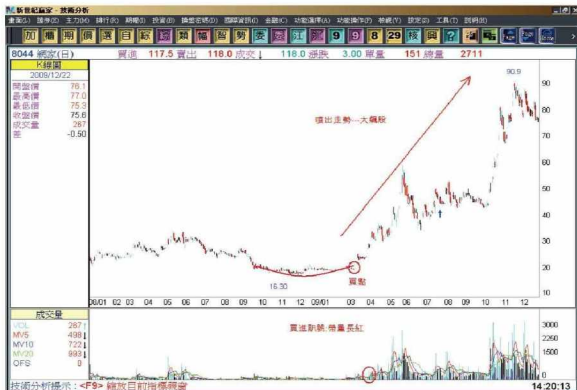
實例1-2. 股票代碼3083---網龍 之後成為大飆股



實例2. 股票代碼3228---金麗科 噴出走勢---大飆股

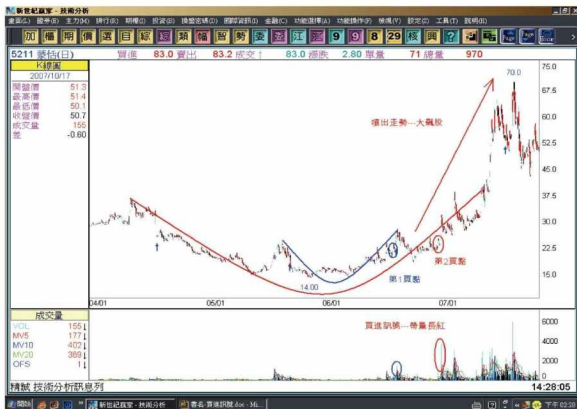


實例3. 股票代碼8044---網家 噴出走勢---大飆股





實例4. 股票代碼5211---蒙恬 噴出走勢---大飆股



經驗分享：

型態理論當中偶爾也會出現的買進型態還有“碗型底”買進型態。在觀察國內、外股市多年，大盤指數幾乎很少出現“碗型底”買進型態，但是在個股上，出現的機會相較非常大。“碗型底”買進型態有一些特徵：(1)股本小 (2)每日成交量只有幾百張 (3)先前已經大跌一大段，股價跌到歷史低檔區或創歷史新低位置 (4)股價已跌破淨值或是掛牌時的承銷價，掛牌後因碰上空頭市場，公司派大股東都沒有機會拉高出貨，故碗型底便是主力和大股東逢低回補收籌碼的最佳機會，醞釀未來大噴出走勢，以利拉高獲利出貨。

5. 島型(狀)反轉底部型態---買進訊號

島型(狀)反轉底部型態特徵：

- (1)股價跌到低檔區，KD指標來到20附近或小於20以下。
- (2)股價於低檔區時，出現利空消息，產生往下的空方跳空缺口。
- (3)於低檔區產生的空方跳空缺口之後，往往會伴隨利多消息，形成多方的向上跳空缺口。
- (4)最重要的條件：空方向下跳空缺口到多方向上跳空缺口之間，K線型態停留的時間至少要2天以上，形成類似一個小島，故稱島型(狀)反轉底部型態---買進訊號。

如下圖：

島型(狀)反轉底部型態---買進訊號



島型(狀)反轉---買進訊號



■ 買進訊號 ■

[illegible]

新華網新聞 - 99/11/15 - 技術分析

實時(主)	主力(主)	副圖(主)	條件自訂(主)	資金流向(主)	同業資訊(主)	金融(主)	功能操作(主)	決策輔助(主)	預測(V)	設定(O)	工具(T)	說明(S)
-------	-------	-------	---------	---------	---------	-------	---------	---------	-------	-------	-------	-------

加 國 南 價 運 通 國 際 郵 政 電 信 國 際 電 訊 有 限 公 司 股 份 有 限 公 司

#91029 特用化學(白) 指數↓ 190.84 標差 -2.52 金額 839.29 將漲 20557

K線圖

2010/11/15

開盤價 192.50
最高價 192.89
最低價 190.84
收盤價 190.84
金額 839.29
標差 -2.52

特用化學爆發--鳥型(狀)反轉底部型態買進訊號

二次'鳥型(狀)反轉'買進訊號

二次'鳥型(狀)反轉'買進訊號

低檔區'黃金交叉'買點

KDJ

KD 62.75%
DJ 50.97%
RSV 35.29%

精誠 技術分析提示 : <FI> 技術分析功能操作表

[99] 10:04:19

實例3.個股——“島型(狀)反轉”買進訊號



經驗分享：

型態理論當中偶爾會出現“島型(狀)反轉”買進型態。“島型(狀)反轉”買進型態是可遇不可求的“強勢”買進訊號，因為它的出現，大都是先伴隨著突發性的“重大利空消息”產生之後，又會有重大的利多消息發布或是重大利空消息的澄清，股價先產生向下的空方跳空缺口，兩天之後會產生向上的多方跳空缺口。例如：2001年9月美國發生的911事件，和2004年4月台灣發生的SARS事件等，都出現“島型(狀)反轉”底部型態---買進訊號。

“島型(狀)反轉”底部型態---買進訊號的出現，一般投資人的心態會隨著重大利空消息的出現而轉趨悲觀，甚至反手放空操作。經驗法則：島型(狀)反轉買進訊號的股價走勢，通常是一波到頂的V型反轉，軋空頭又軋空手。當“島型(狀)反轉”買進型態出現，是非常強的買進訊號，宜多不宜空。



(三)移動平均線理論的買進訊號

移動平均線理論的買進訊號，可分為(1)短線買進訊號，(2)中線買進訊號，(3)長線買進訊號。移動平均線理論之短線、中線和長線如何分別？

短線：3日、5日、6日、10日、12日移動平均線皆稱之為短期移動平均線。

中線：20日、22日、24日、30日、50日、60日、65日、72日移動平均線皆稱之為中期移動平均線。

長線：120日、130日、144日、240日、260日、264日、288日移動平均線皆稱之為長期移動平均線。

1.短線買進訊號

5MA(5日移動平均線，又稱週線)和10MA(10日移動平均線，又稱雙週線)，稱為短期移動平均線。當5MA(5日移動平均線)由下往上穿越10MA(10日移動平均線)，也就是5MA(5日移動平均線) $>$ 10MA(10日移動平均線)，形成低檔“黃金交叉”買點，稱之為短線買進訊號。簡言之，就是週線由下往上穿越雙週線，週線 $>$ 雙週線。如下圖：

短線買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 67

實例1.大盤—短線買進訊號：



實例2.類股(光學)—短線買進訊號：





實例3.個股(國泰金)---短線買進訊號：



經驗分享：

移動平均線的買進訊號，可分短線買進訊號；中線買進訊號和長線買進訊號。短線買進訊號，經驗上是以5日和10日移動平均線作比較，當短天期的5日移動平均線由下往上穿越長天期的10日移動平均線，便是“黃金交叉”買點。

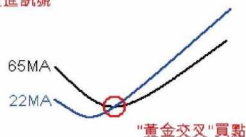
實務上資深投資人依然慣用6日和12日移動平均線作比較；還有極短線投資人採用3日和5日移動平均線作比較。移動平均線到底要用多少天為好，作者認為依個人操作屬性為主，若是短線操作，目前市場大多數人慣用5日和10日移動平均線為操作依據。

2.中線買進訊號

22MA(22日移動平均線，又稱月線)和65MA(65日移動平均線，又稱季線)，稱為中期移動平均線。當22MA(22日移動平均線)由下往上穿越65MA(65日移動平均線)，也就是22MA(22日移動平均線) $>$ 65MA(65日移動平均線)，形成低檔“黃金交叉”買點，稱之為中線買進訊號。簡言之，就是月線由下往上穿越季線，月線 $>$ 季線。

如下圖：

中線買進訊號

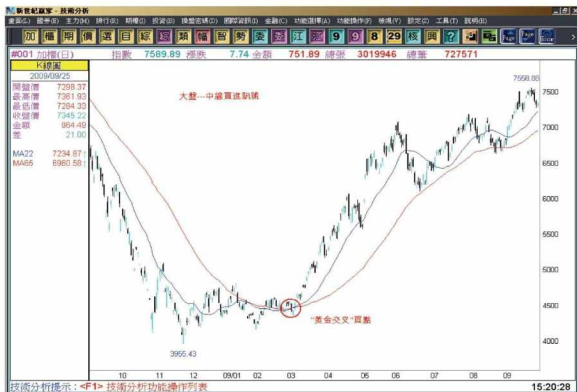


70



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---中線買進訊號：



實例2.類股(光學)---中線買進訊號：



實例3.個股(國泰金)——中線買進訊號：



經驗分享：

移動平均線的買進訊號，可分短線買進訊號；中線買進訊號和長線買進訊號。中線買進訊號，經驗上是以22日和65日移動平均線作比較，當短天期的22日移動平均線由下往上穿越長天期的65日移動平均線，便是“黃金交叉”買點。實務上資深投資人依然慣用24日和72日移動平均線作比較；亦有投資人採用20日和60日移動平均線作比較。移動平均線到底要用多少天為好，作者認為依個人操作屬性為主，若是中線操作，目前市場大多數人慣用20日和60日移動平均線為操作依據。

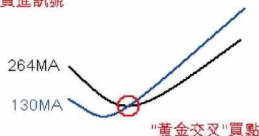


3.長線買進訊號

130MA(130日移動平均線，又稱半年線)和264MA(264日移動平均線，又稱年線)，稱為長期移動平均線。當130MA(130日移動平均線)由下往上穿越264MA(264日移動平均線)，也就是130MA(130日移動平均線) $>$ 264MA(264日移動平均線)，形成低檔“黃金交叉”買點，稱之為長線買進訊號。簡言之，就是半年線由下往上穿越年線，半年線 $>$ 年線。

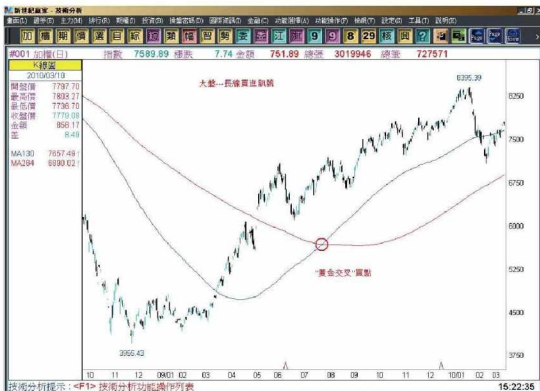
如下圖：

長線買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 73

實例1.大盤——長線買進訊號：



實例2.類股(光學)——長線買進訊號：





實例3.個股(國泰金)---長線買進訊號：



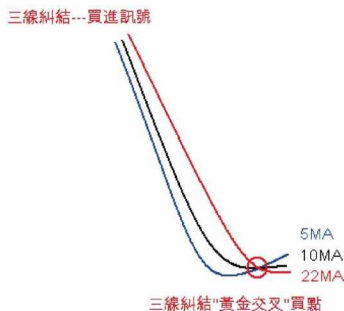
經驗分享：

移動平均線的買進訊號，可分短線買進訊號；中線買進訊號和長線買進訊號。長線買進訊號，經驗上是以130日和264日移動平均線作比較，當短天期的130日移動平均線由下往上穿越長天期的264日移動平均線，便是“黃金交叉”買點。實務上資深投資人依然慣用144日和288日移動平均線作比較；亦有投資人採用130日和260日移動平均線作比較。移動平均線到底要用多少天為好，作者認為依個人操作屬性為主，若是長線操作，目前市場大多數人慣用130日和260日移動平均線為操作依據。

4. “三線糾結”買進訊號

5MA(5日移動平均線，又稱週線)和10MA(10日移動平均線，又稱雙週線)以及22MA(22日移動平均線，又稱月線)三條均線於低檔區糾結，均線趨勢微微向上，稱為“三線糾結”買進訊號。當5MA(5日移動平均線)由下往上穿越10MA(10日移動平均線)且穿越22MA(22日移動平均線)，形成低檔“黃金交叉”買點，稱之為“三線糾結”買進訊號。

如下圖：



76



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---“三線糾結”買進訊號：



實例2.類股(半導體)---“三線糾結”買進訊號：



實例3.個股(聯電)---“三線糾結”買進訊號：



經驗分享：

“三線糾結”買進訊號是一種強烈的買進訊號，因為三線會糾結在一起，是已經整理一段時間，正醞釀盤整待變，三線糾結便是位於攻擊發起線的位置，一旦，當5日移動平均線由下往上穿越10日和22日移動平均線，便是攻擊號角聲響起，股價將往上噴出。

“三線糾結”買進訊號到底要用多少天為好？實務上資深投資人依然慣用6日，12日和24日移動平均線作參考；經驗上是採用5日，10日和22日移動平均線作參考；目前市場大多數人慣用5日，10日和20日移動平均線為操作依據。



(四)葛蘭碧八大法則的四種買進訊號

葛蘭碧八大法則共有四種買進訊號，有三種買進訊號是出現在多頭市場；另外一種是出現在空頭市場。多頭市場出現的三種買進訊號，筆者將其取名為：(1)黃金交叉買點 (2)拉回修正買點 (3)假跌破買點。而空頭市場出現的另一種買點，稱之為負乖離過大反彈買點，簡稱負乖離過大買點。

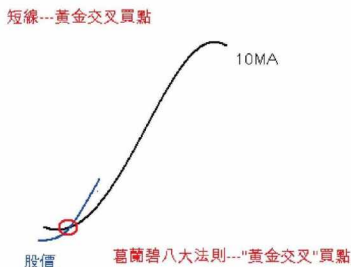
葛蘭碧八大法則的四種買進訊號，其判斷的依據，必須先找出一條移動平均線為準繩，然後觀察股價的上下波動走勢，當股價由下往上穿越這條移動平均線，就會產生多頭市場的三種買進訊號：(1)黃金交叉買點 (2)拉回修正買點 (3)假跌破買點。以及空頭市場的另一種買進訊號：負乖離過大買點。

至於必須先找出一條移動平均線為準繩，這條線該如何確定？經驗法則：短線操作者：選擇10MA(10日移動平均線，雙週線)、中線操作者：選擇65MA(65日移動平均線，季線)、長線操作者：選擇264MA(264日移動平均線，年線)。

1.黃金交叉買點

當股價由下往上穿越10MA，稱之為短線“黃金交叉”買點。當股價由下往上穿越65MA，稱之為中線“黃金交叉”買點。當股價由下往上穿越264MA，稱之為長線“黃金交叉”買點。

如下圖：



80



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---短線“黃金交叉”買點：



實例2.類股(航空)---短線“黃金交叉”買點：



實例3.個股(廣達)---短線“黃金交叉”買點：

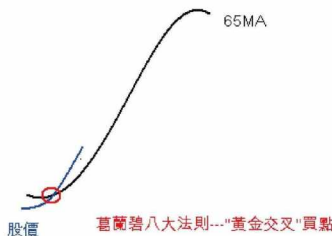


經驗分享：

葛蘭碧八大法則中，有四個買點和四個賣點，四個買點中的第一個買點，稱之為“黃金交叉”買點。“黃金交叉買點又分為短線，中線和長線買點。短線“黃金交叉”買點是出現在底部低檔區，當股價由下往上穿越短天期的10日移動平均線，便是短線的最佳買點。



中線---黃金交叉買點



經驗分享：

中線“黃金交叉”買點是出現在底部低檔區的波段買點，當股價由下往上穿越中天期的65日移動平均線，便是中線的最佳買點。實務上亦有採用50日，60日和72日移動平均線為操作依據。

實例1.大盤---中線“黃金交叉”買點：



實例2.類股(電子通路)——中線“黃金交叉”買點：

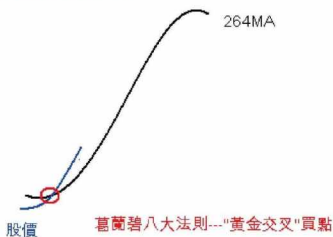


實例3.個股(聯發科)——中線“黃金交叉”買點：





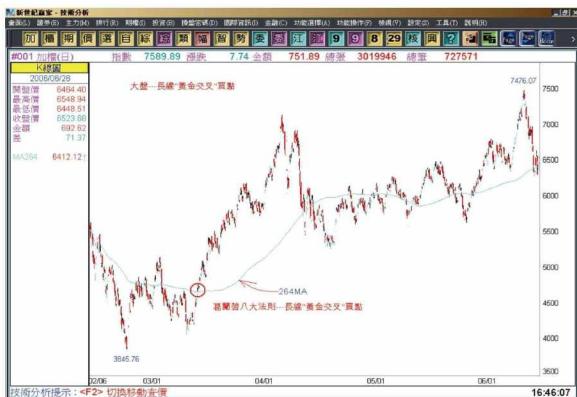
長線---黃金交叉買點



經驗分享：

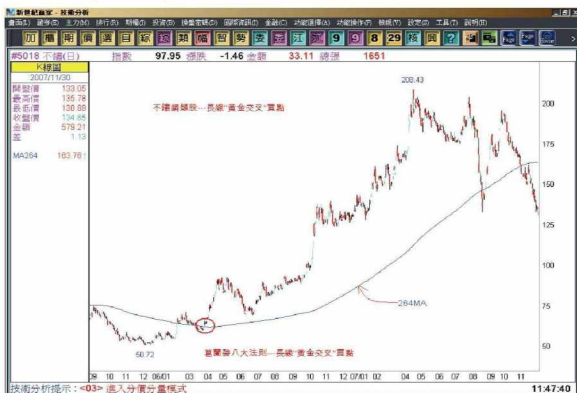
長線“黃金交叉”買點是出現在底部低檔區的長線買點，當股價由下往上穿越長天期的264日移動平均線，便是長線的最佳買點。實務上亦有採用200日，260日和288日移動平均線為操作依據。

實例1.大盤---長線“黃金交叉”買點：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 85

實例2.類股(不鏽鋼)---長線“黃金交叉”買點：



實例3.個股(玉晶光)---長線“黃金交叉”買點：

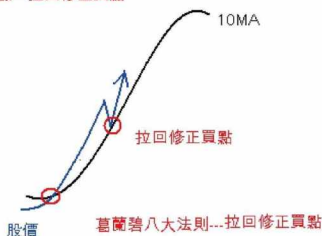




2. 拉回修正買點

當股價和10MA正乖離過大，隨後股價拉回修正而未跌破10MA，稱此為短線“拉回修正”買點。當股價和65MA正乖離過大，隨後股價拉回修正而未跌破65MA，稱此為中線“拉回修正”買點。當股價和264MA正乖離過大，隨後股價拉回修正而未跌破264MA，稱此為長線“拉回修正”買點。

短線---拉回修正買點



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 87

實例1.大盤——短線“拉回修正”買點：



實例2.類股(航空)——短線“拉回修正”買點：





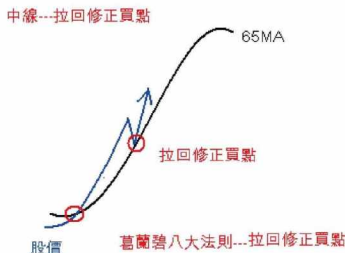
實例3.個股(廣達)---短線“拉回修正”買點：



經驗分享：

葛蘭碧八大法則中，有四個買點和四個賣點，四個買點中的第二個買點，稱之為“拉回修正”買點。“拉回修正”買點又分為短線，中線和長線買點。短線“拉回修正”買點是出現在脫離底部區的半山腰，當股價漲多拉回，乖離修正，股價未跌破短天期的10日移動平均線且10日移動平均線的走勢仍然向上，便是短線的最佳買點。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 89



經驗分享：

中線“拉回修正”買點是出現在脫離底部區的半山腰，當股價漲多拉回，乖離修正，股價未跌破中天期的65日移動平均線且65日移動平均線的走勢仍然向上，便是中線的最佳買點。中線亦有採用50日，60日和72日移動平均線。

實例1.大盤---中線“拉回修正”買點：



90



■ 買進訊號 ■

實例2.類股(電子通路)---中線“拉回修正”買點：

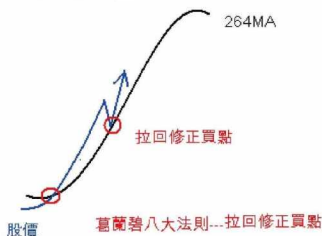


實例3.個股(聯發科)---中線“拉回修正”買點：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 91

長線---拉回修正買點



經驗分享：

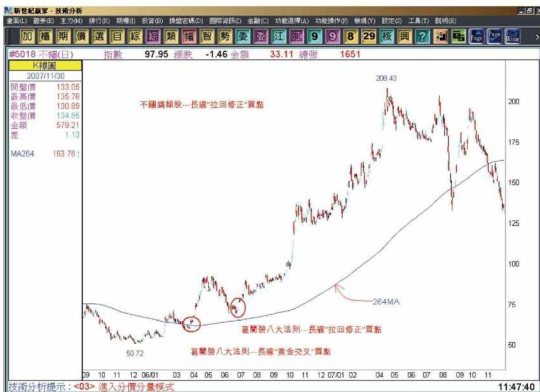
長線“拉回修正”買點是出現在脫離底部區的半山腰，當股價漲多拉回，乖離修正，股價未跌破長天期的264日移動平均線且264日移動平均線的走勢仍然向上，便是長線的最佳買點。長線亦有採用200，260日和288日移動平均線。

實例1.大盤---長線“拉回修正”買點：

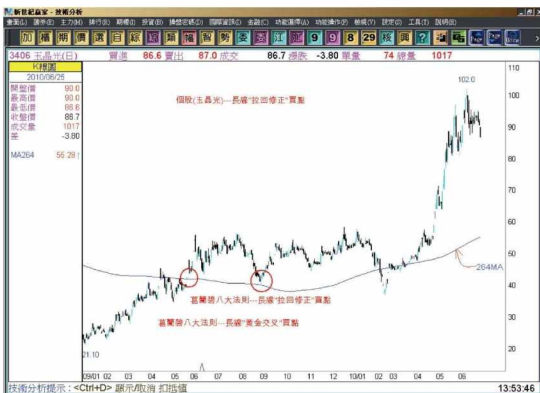




實例2.類股(不鏽鋼)---長線“拉回修正”買點：



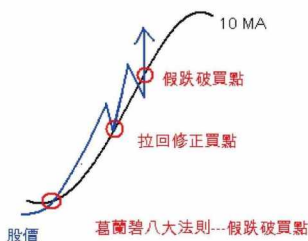
實例3.個股(玉晶光)---長線“拉回修正”買點：



3.假跌破買點

當股價跌破10MA，三天之內又重新站在10MA之上，稱之為短線“假跌破”買點(10MA的趨勢仍然向上)。當股價跌破65MA，三天之內又重新站在65MA之上，稱之為中線“假跌破”買點(65MA的趨勢仍然向上)。當股價跌破264MA，三天之內又重新站在264MA之上，稱之為長線“假跌破”買點(264MA的趨勢仍然向上)。

短線---假跌破買點





實例1.大盤---短線“假跌破”買點：



實例2.類股---短線“假跌破”買點：



實例3.個股(廣達)——短線“假跌破”買點：

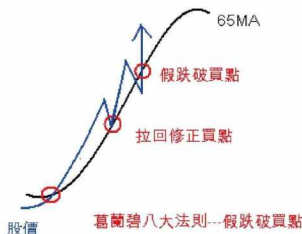


經驗分享：

葛蘭碧八大法則中，有四個買點和四個賣點，四個買點中的第三個買點，稱之為“假跌破”買點。“假跌破”買點又分為短線，中線和長線買點。短線“假跌破”買點是出現在漲升過程中的半山腰，當股價跌破短天期的10日移動平均線，3天之內立即又站回10日移動平均線之上且10日移動平均線的走勢仍然向上，便是短線的最佳買點。



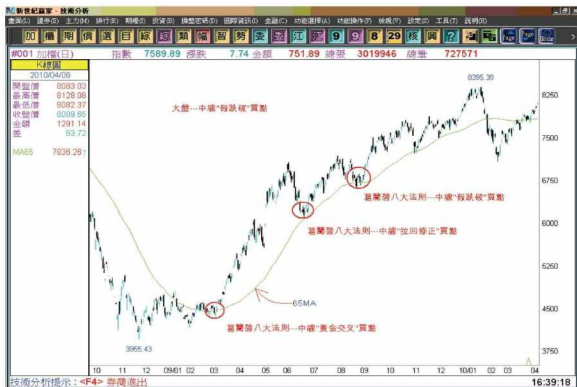
中線---假跌破買點



經驗分享：

中線“假跌破”買點是出現在漲升過程中的半山腰，當股價跌破中天期的65日移動平均線，3天之內立即又站回65日移動平均線之上且65日移動平均線的走勢仍然向上，便是中線的最佳買點。中線亦有採用50日，60和72日。

實例1.大盤---中線“假跌破”買點：



實例2.類股(電子通路)---中線“假跌破”買點：

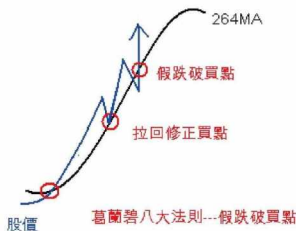


實例3.個股(聯發科)---中線“假跌破”買點：





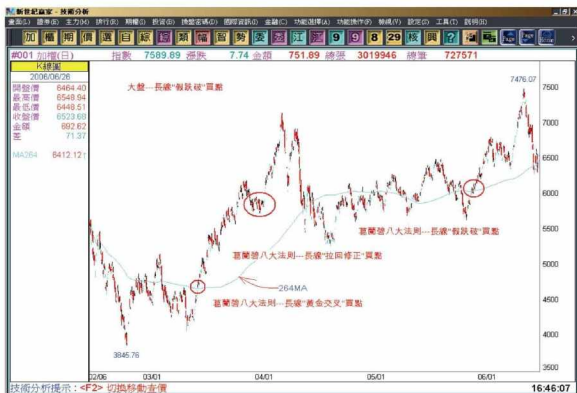
長線---假跌破買點



經驗分享：

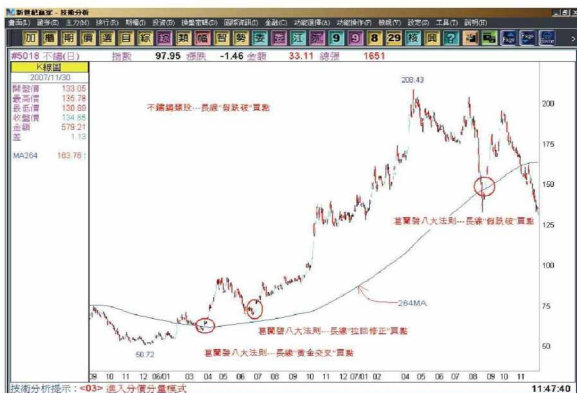
長線“假跌破”買點是出現在漲升過程中的半山腰，當股價跌破長天期的264日移動平均線，3天之內立即又站回264日移動平均線之上且264日移動平均線的走勢仍然向上，便是長線的最佳買點。長線亦有採用200，260，288日。

實例1.大盤---長線“假跌破”買點：

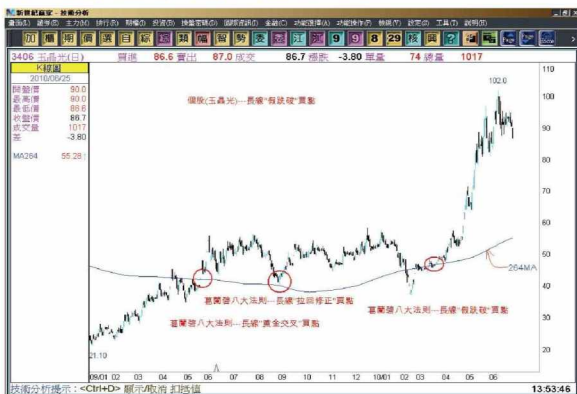


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 99

實例2.類股(不鏽鋼)——長線“假跌破”買點：



實例3.個股(玉晶光)——長線“假跌破”買點：

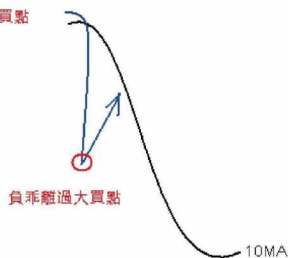




4. 負乖離過大買點

當股價由上往下跌破10MA且和10MA的距離越來越遠，形成“負乖離過大”，稱之為短線“負乖離過大”買點。當股價由上往下跌破65MA且和65MA的距離越來越遠，形成“負乖離過大”，稱之為中線“負乖離過大”買點。當股價由上往下跌破264MA且和264MA的距離越來越遠，形成“負乖離過大”，稱之為長線“負乖離過大”買點。

短線 --- 負乖離過大買點



葛蘭碧八大法則---負乖離過大買點

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 101

實例1.大盤——短線“負乖離過大”買點：



實例2.類股(軟體)——短線“負乖離過大”買點：





實例3.個股(伍豐)---短線“負乖離過大”買點：

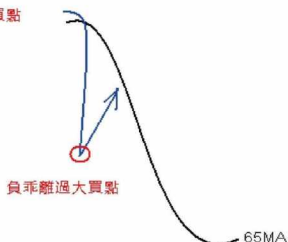


經驗分享：

葛蘭碧八大法則中，有四個買點和四個賣點，四個買點中的第四個買點，稱之為“負乖離過大”買點。“負乖離過大”買點又分為短線，中線和長線買點。短線“負乖離過大”買點是出現在跌深脫離頭部區的半山腰，當股價跌深距離短天期的10日移動平均線越來越遠且產生負7-10%以上的負乖離，便是醞釀葛蘭碧的第四個買點---“負乖離過大”買點。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 103

中線---負乖離過大買點



葛蘭碧八大法則---負乖離過大買點

經驗分享：

中線“負乖離過大”買點是出現在跌深脫離頭部區的半山腰，當股價跌深距離中天期的65日移動平均線越來越遠且產生負10%以上的負乖離，便是醞釀葛蘭碧的第四個買點“負乖離過大”買點。

實例1.大盤---中線“負乖離過大”買點：



104



■ 買進訊號 ■

實例2.類股(軟體)---中線“負乖離過大”買點：

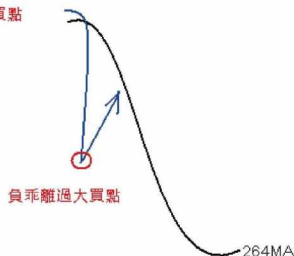


實例3.個股(伍豐)---中線“負乖離過大”買點：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 105

長線---負乖離過大買點



負乖離過大買點

葛蘭碧八大法則---負乖離過大買點

經驗分享：

長線“負乖離過大”買點是出現在跌深脫離頭部區的半山腰，當股價跌深距離長天期的264日移動平均線越來越遠且產生負10%以上的負乖離，便是醞釀葛蘭碧的第四個買點“負乖離過大”買點。

實例1.大盤---長線“負乖離過大”買點：

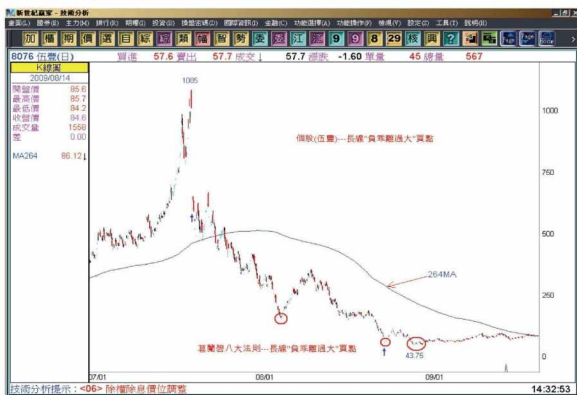




實例2.類股(軟體)---長線“負乖離過大”買點：

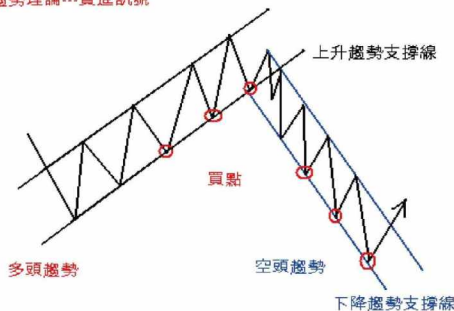


實例3.個股(伍豐)---長線“負乖離過大”買點：

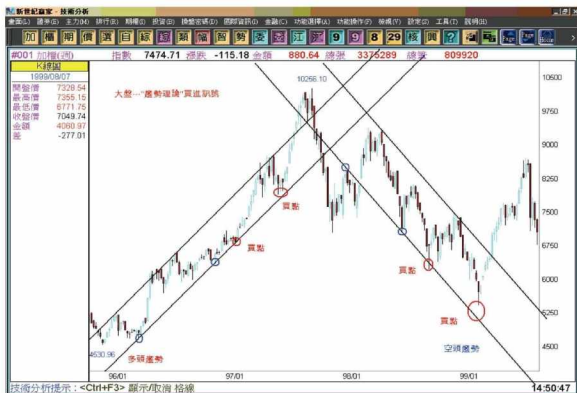


(五)趨勢理論的買進訊號

趨勢理論---買進訊號



實例1.大盤---“趨勢理論”買進訊號：

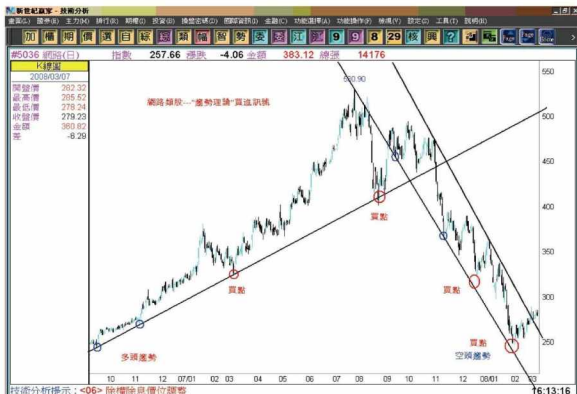


108

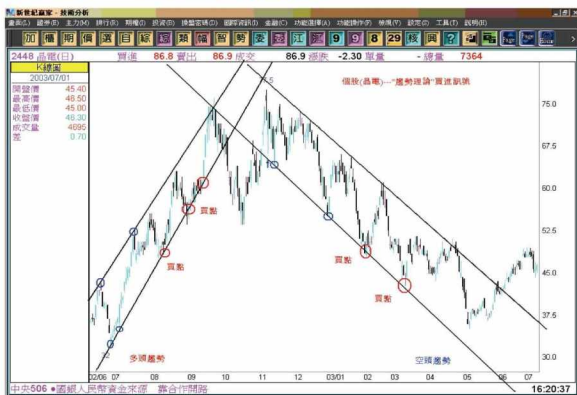


■ 買進訊號 ■

實例2.類股(網路)---“趨勢理論”買進訊號：



實例3.個股---“趨勢理論”買進訊號：



經驗分享：

趨勢理論重要關鍵：

- 1.在多頭市場：要隨時密切留意上升趨勢支撐線，何時被跌破？一旦跌破，表示多頭(波段)趨勢結束，將進入高檔盤整或拉回修正。當股價漲多拉回修正時，若回測上升趨勢支撐線未跌破，表示支撐強勁，多頭趨勢未變，宜買進作多。
- 2.在空頭市場：要隨時密切留意下降趨勢壓力線，何時被突破？一旦被突破，表示空頭(波段)趨勢結束，將進入低檔打底或波段回升。
當股價反彈回升時，若回測下降趨勢壓力線未突破，表示壓力沉重，空頭趨勢未變，宜賣出觀望或作空。若要作多，也僅有弱勢的短線跌深反彈行情(平均5-8天)，當股價回測下降趨勢支撐線未跌破，表示支撐強勁，醞釀短線反彈買點。

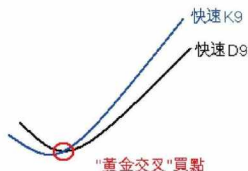


三．常用技術指標的買進訊號

(一)快速KD指標的買進訊號

快速KD指標的“買進訊號”是所有技術分析理論和指標中，最早出現的“買進訊號”。實務經驗上，快速KD指標的“黃金交叉”買點，比大家慣用的KD指標或RSI指標的“黃金交叉”買點，早一至二天出現。但是大部分網站，如奇摩、鉅亨網等或專業看盤軟體的技術指標中，大都沒有快速KD指標可使用。

快速KD指標---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 111

實例1.大盤---快速KD指標買進訊號：



實例2.類股(化工)---快速KD指標買進訊號：





實例3. 個股(台鹽)---快速KD指標買進訊號：



經驗分享：

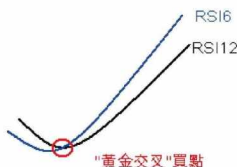
在技術指標中，最早出現的買進訊號是“快速KD指標”的買進訊號。

快速KD指標的買進訊號比股票市場上大家所慣用的KD指標的買進訊號，早一天出現。快速KD指標的買進訊號出現之前，是有跡可循；若其K值=0，常態模式：隔日將醞釀跌深反彈，出現快速KD指標的“黃金交叉”買進訊號的機率很大。

(二)RSI指標的買進訊號

RSI指標又稱為相對強弱指標。當6日RSI由下往上穿越12日RSI，稱之為”黃金交叉”買進訊號。以前台灣股市交易日，一週是六天，故當時投資人將RSI指標的參數設定為6和12；現在一週交易日是五天，投資人又把RSI指標的參數改設為5和10。筆者一直採用6和12，因為在實務經驗上已累積了一些經驗法則，例如：6日RSI-12日RSI>+12以上，表示正乖離過大，隔天股價將拉回修正。6日RSI-12日RSI>-12以上，表示負乖離過大，隔天股價將醞釀跌深反彈。

RSI指標---買進訊號



114



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---RSI指標買進訊號：



實例2.類股(手機)--- RSI指標買進訊號：



實例3.個股(健策)--- RSI指標買進訊號：



經驗分享：

在技術指標中，出現買進訊號之前，是有跡可循；若依RSI指標的經驗法則，當6日RSI-12日RSI的值=-12以上，表示負乖離過大，短線隔日將醞釀反彈；之後，才會出現RSI指標的“黃金交叉”買進訊號。

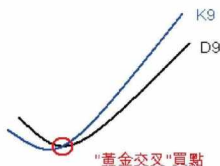
RSI指標的“黃金交叉”買進訊號出現的時機非常重要。若是在多頭市場出現RSI指標的“黃金交叉”買進訊號，其指標會漲到80附近或80之上；若是在空頭市場出現RSI指標的“黃金交叉”買進訊號，其指標不易漲到80之上，經驗法則僅會漲到50附近，便拉回修正。



(三)KD指標的買進訊號

KD指標又稱為隨機指標。當9日K由下往上穿越9日D，稱之為“黃金交叉”買進訊號。KD指標是所有投資人最慣用的波段指標，不論外資、投信、自營商或散戶大家都愛用，因此KD指標的買進或賣出訊號非常明確，準確度也最高，筆者使用逾20年，非常實用，推薦給讀者。

KD指標---買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 117

實例1.大盤—KD指標買進訊號：



實例2.類股(手機)—KD指標買進訊號：





實例3.個股---KD指標買進訊號：



經驗分享：

在技術指標中，最被投資人喜好慣用的買進訊號是“KD指標”的買進訊號。KD指標買進訊號，它是技術指標中非常實用的指標，亦可稱之為波段指標，因為 ---

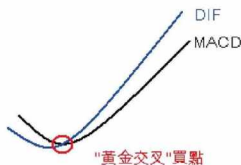
當多頭市場時：KD指標會自20附近低檔區形成“黃金交叉”買點，一波漲到KD指標來到80附近高檔區形成“死亡交叉”賣點，股價走勢剛好形成波段上漲。

當空頭市場時：KD指標只會自20附近低檔區形成“黃金交叉”買點，漲到KD指標來到50附近半山腰便形成“死亡交叉”賣點，股價走勢只有形成小波段上漲。故投資人一定要謹記且靈活運用，KD指標不一定每次都會漲到80以上的高檔區；必須判斷時值為多頭市場或空頭市場而定。

(四)MACD指標的買進訊號

MACD指標又稱為指數平滑異同平均線指標，是主力大戶愛用的指標之一，當DIF由下往上穿越MACD，稱之為“黃金交叉”買進訊號。當MACD指標出現“黃金交叉”買進訊號的同時，正是MACD指標的柱狀圖由下往上突破0軸的第一天，代表跌勢結束，漲勢開始。附註：當MACD指標的柱狀圖位於0軸之下，表示現在股價走勢，正處於跌勢中。反之，當MACD指標的柱狀圖位於0軸之上，表示現在股價走勢，正處於漲勢中。

MACD指標---買進訊號



120



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---MACD指標買進訊號：



實例2.類股(手機)--- MACD指標買進訊號：



實例3.個股(健策)--- MACD指標買進訊號：



經驗分享：

MACD指標是技術指標中非常好用的長線指標，亦是主力大戶愛用的指標之一。MACD指標的重要特徵：

當DIF由下往上穿越MACD的同時，正是MACD指標的柱狀圖由下往上突破0軸的第一天，代表跌勢結束，漲勢開始。反之，往下跌破0軸，表示漲勢結束，跌勢開始。

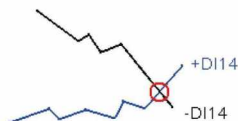
當MACD和DIF兩條線位於0軸之上，表示處於多頭市場；反之，位於0軸之下，表示處於空頭市場。



(五)DMI指標的買進訊號

DMI指標又稱為趨向指標或是方向指標，當+DI由下往上穿越-DI，稱之為“黃金交叉”買進訊號，同時也宣告股價走勢將朝多頭方向前進。因為DMI指標的參數是14日，所以DMI指標的“黃金交叉”買進訊號，是所有技術指標中，最慢才出現，故實務經驗上，DMI指標只供多頭或空頭方向之參考，而其“黃金交叉”買進訊號，短線準確性低，不可用來買進使用。

DMI指標---買進訊號



"黃金交叉"買點

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 123

實例1.大盤—DMI指標買進訊號：



實例2.類股(手機)—DMI指標買進訊號：





實例3. 個股---DMI指標買進訊號：



經驗分享：

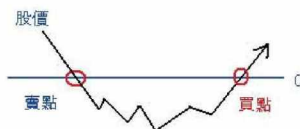
DMI趨向指標是技術指標中最慢出現買進訊號的指標，投資人一般在操作上，大都不會用其來做為買進或賣出的指標；僅將其作為判斷多空趨勢的指標。

經驗值：當+DI的值來到+38以上，表示正乖離過大，漲勢將物極必反，醞釀拉回修正。反之，當-DI的值來到-38以上，表示負乖離過大，跌勢將物極必反，醞釀跌深反彈。

(六)多空指標的買進訊號

多空指標是研判股價趨勢處於多頭或空頭的實用指標。多空指標之運用：當收盤股價(指數) $>$ 多空指標=多頭趨勢，持股可續抱。當收盤股價(指數) $<$ 多空指標=空頭趨勢，宜減碼賣出。有些股票電腦軟體的多空指標設有一水平0軸，其運用方法：當股價由下往上穿越水平0軸，表示股價由空翻多，宜買進。當股價由上往下跌破水平0軸，表示股價由多翻空，宜賣出。多空指標如何計算？其公式如下： $(3MA+6MA+12MA+24MA)/4$ =多空指標

多空指標---買進訊號



126



■買進訊號■

實例1.大盤---多空指標買進訊號：



實例2.類股(手機)---多空指標買進訊號：



實例3.個股(健策)---多空指標買進訊號：



經驗分享：

多空指標顧名思義，就是研判多頭市場或空頭市場的技術指標。

多空指標是一項非常簡單且實用的買進或賣出的技術指標。當收盤價大於多空指標表示股價趨勢偏多；反之，當收盤價小於多空指標表示股價趨勢偏空。

收盤價的參數值要採用多少天？書本理論上，一般是採用5天或3天的移動平均線，作者的實務經驗是採用1天的移動平均線，也就是用1天的移動平均線(當天的收盤價)和多空指標做比較，判斷收盤後的趨勢是偏多或偏空。



四.綜合研判的買進訊號

(一)威廉指標和RSI指標---醞釀反彈買進訊號

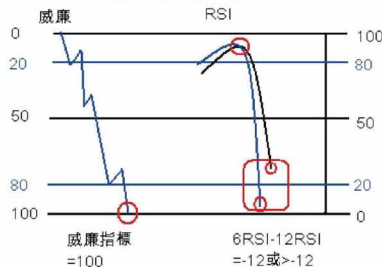
每一種技術指標的買進訊號，都是由兩條線(短天期和長天期)的“黃金交叉”所構成。在“黃金交叉”買進訊號尚未形成之前，在實務經驗上：有某些技術指標會顯現出隔日將“醞釀反彈”的訊號。例如：威廉指標和RSI指標。

經驗實務：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的RSI指標： $6日RSI-12日RSI \geq -12$ ，呈現負乖離過大，表示隔天將醞釀反彈。

當(1)或(2)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；若(1)和(2)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就更大增。

威廉和RSI指標組合---醞釀反彈買進訊號



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 129

實例1.大盤：



實例2.類股(證券)：



130



■ 買進訊號 ■

實例3. 個股(凱基證)：



經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就較大。

威廉指標和RSI指標都是研判乖離過大，醞釀變盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威廉指標收盤時=100且6日RSI-12日RSI>或=-12以上，表示負乖離過大，隔天將醞釀反彈，買點會在之後形成。

(二)威廉指標和快速KD指標——醞釀反彈買進訊號

實務經驗法則：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的快速KD指標的K值=0，表示隔天將醞釀反彈。

當(1)或(2)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；若(1)和(2)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就更大增。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就較大。

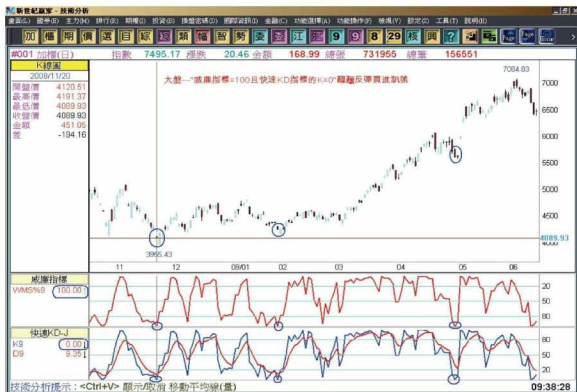
威廉指標和快速KD指標都是研判乖離過大，醞釀變盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威廉指標收盤時=100且快速KD指標的K值=0，表示負乖離過大，隔天將醞釀反彈，買點會在之後形成。

132



■ 買進訊號 ■

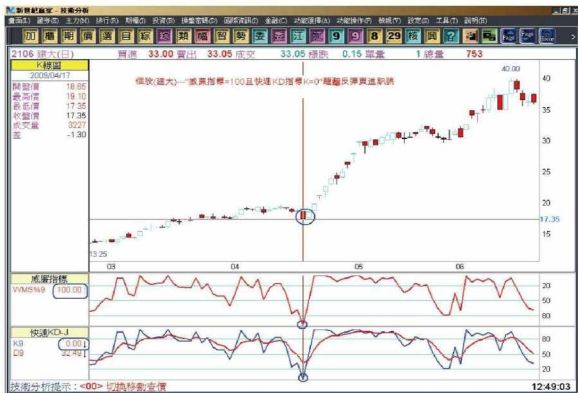
實例1.大盤：



實例2.類股(輪胎)：



實例3.個股(建大)：





(三)威廉指標/快速KD指標/RSI指標---醞釀反彈買進訊號

實務經驗法則：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的RSI指標：6日RSI-12日RSI>或=-12，呈現負乖離過大，表示隔天將醞釀反彈。
- (3)當股價下跌，其收盤時的快速KD指標的K值=0，表示隔天將醞釀反彈。

當(1)或(2)或(3)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；
若(1)和(2)和(3)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就非常
大。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用三
項指標來研判時，若三項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確
機率就大大增加。

威廉指標和快速KD指標和RSI指標都是研判乖離過大，醞釀變
盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威
廉指標收盤時=100且快速KD指標的K值=0且6日RSI-12日RSI>或
=-12，，表示負乖離過大，隔天將醞釀反彈的機會大大增加，買點
會在反彈之後形成。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 135

實例1.大盤：



實例2.類股(不鏽鋼)：



136



■ 買進訊號 ■

實例3. 個股(盛餘)：



(四)威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則--- (短線負乖離過大)---醞釀反彈買進訊號：

實務經驗法則：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的RSI指標：6日RSI-12日RSI>或=-12，呈現負乖離過大，表示隔天將醞釀反彈。
- (3)當股價下跌，其收盤時的快速KD指標的K值=0，表示隔天將醞釀反彈。
- (4)當股價下跌，其盤中股價低點小於10日移動平均線(10MA)，超過負2.5-7%以上，表示短線負乖離過大，股價將醞釀反彈。

當(1)或(2)或(3)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；
若(1)和(2)和(3)和(4)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就非常高。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用四項指標來研判時，若四項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

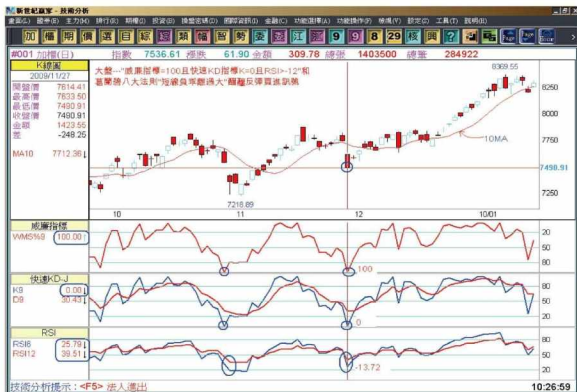
威廉指標和快速KD指標和RSI指標都是研判乖離過大，醞釀變盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威廉指標收盤時=100且快速KD指標的K值=0且6日RSI-12日RSI>或=-12，若再加上葛蘭碧“短線負乖離過大”第4買點，則隔天醞釀反彈的機率非常高，買點會在反彈之後形成。

138



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤：



實例2.類股(LED)：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 139

實例3.個股(億光)：





(五)威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則--- (中線負乖離過大)---醞釀反彈買進訊號

實務經驗法則：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的RSI指標：6日RSI-12日RSI>或=-12，呈現負乖離過大，表示隔天將醞釀反彈。
- (3)當股價下跌，其收盤時的快速KD指標的K值=0，表示隔天將醞釀反彈。
- (4)當股價下跌，其盤中股價低點小於65日移動平均線(65MA)，超過負15-25%以上，表示中線負乖離過大，股價將醞釀反彈。

當(1)或(2)或(3)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；
若(1)和(2)和(3)和(4)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就更大增。

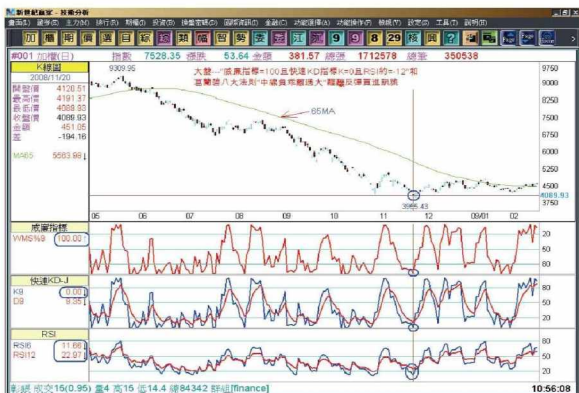
經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用四項指標來研判時，若四項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

威廉指標和快速KD指標和RSI指標都是研判乖離過大，醞釀變盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威廉指標收盤時=100且快速KD指標的K值=0且6日RSI-12日RSI>或=-12，若再加上葛蘭碧“中線負乖離過大”第4買點，則隔天醞釀中級反彈的機率非常大，買點會在反彈之後形成。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 141

實例1.大盤：



實例2.類股(LED)：

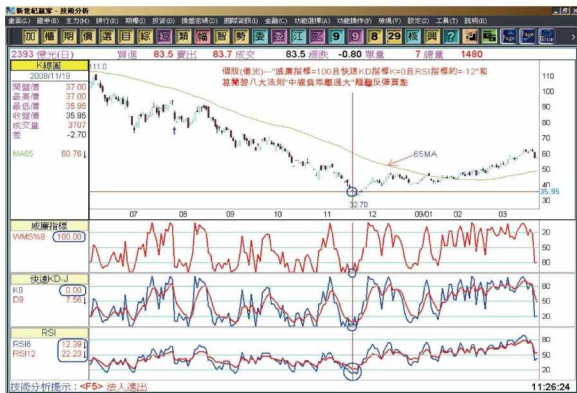


142



■ 買進訊號 ■

實例3. 個股(億光)：



(六)威廉指標/快速KD指標/RSI指標/葛蘭碧八大法則--- (長線負乖離過大)---醞釀反彈買進訊號

實務經驗法則：

- (1)當股價下跌，其收盤時的威廉指標=100，表示隔天將醞釀反彈。
- (2)當股價下跌，其收盤時的RSI指標：6日RSI-12日RSI>或=-12，呈現負乖離過大，表示隔天將醞釀反彈。
- (3)當股價下跌，其收盤時的快速KD指標的K值=0，表示隔天將醞釀反彈。
- (4)當股價下跌，其盤中股價低點小於264日移動平均線(264MA)，超過負10-45%以上，表示長線負乖離過大，股價將醞釀反彈。

當(1)或(2)或(3)的條件單獨成立，即表示隔天將醞釀反彈；
若(1)和(2)和(3)和(4)同時成立，其隔天醞釀反彈的機率就更大增。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用四項指標來研判時，若四項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

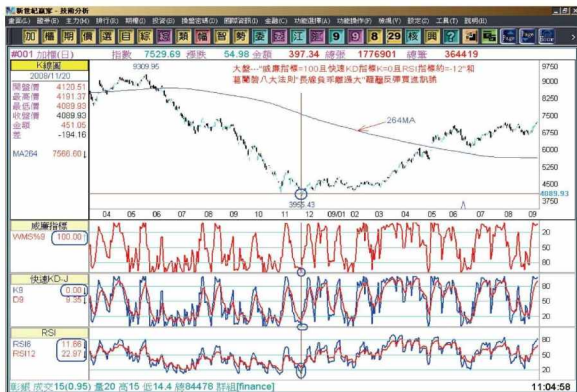
威廉指標和快速KD指標和RSI指標都是研判乖離過大，醞釀變盤的技術指標，是買進訊號出現之前的領先指標。經驗法則：當威廉指標收盤時=100且快速KD指標的K值=0且6日RSI-12日RSI>或=-12，若再加上葛蘭碧“長線負乖離過大”第4買點，則隔天醞釀長線波段反彈的機率非常大，買點會在反彈之後形成。

144

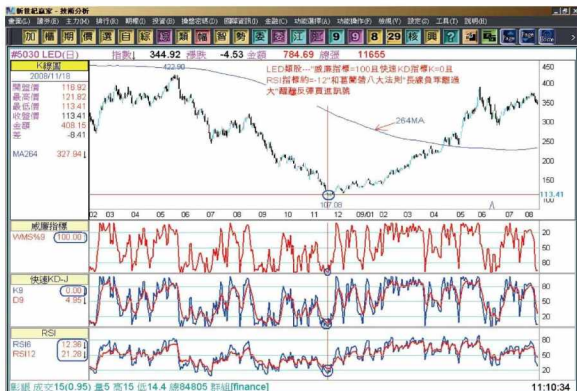


■ 買進訊號 ■

實例1.大盤：

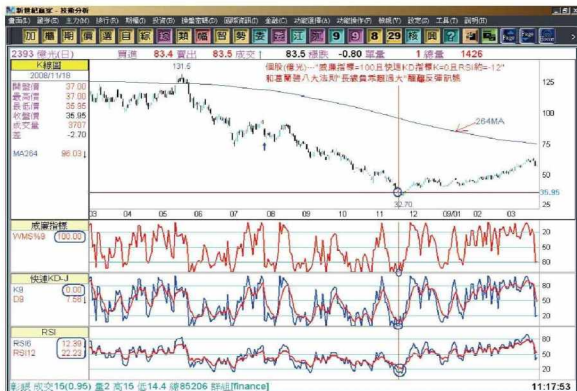


實例2.類股(LED)：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 145

實例3.個股(億光)：





(七)快速KD指標和K線理論(切入線)買進訊號

快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“切入線”買進訊號，這樣的指標組合，是所有技術指標中，最佳且最棒的買進訊號組合，也是所有技術指標或理論中，最早出現的買進訊號，沒有其他買進訊號可與其相比。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

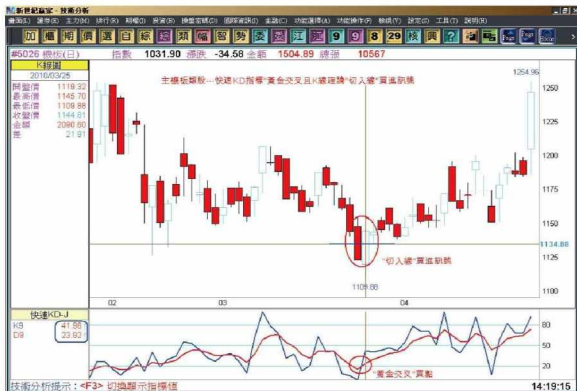
K線理論是研究技術分析的資深投資人所鍾愛的理論，因為股市是活的，所以每天的K線型態千變萬化，但大致歸納其實只有一根K線，兩根K線和三根K線組合之研判；最重要的是兩根K線組合的買進訊號，其最常且最早出現的兩根K線組合的買進訊號為“切入線”買進訊號。而技術指標最早出現買進訊號為“快速KD指標”，當兩項最早出現的買進訊號組合在一起，便是最佳的買點。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 147

實例1.大盤：



實例2.類股(主板板)：

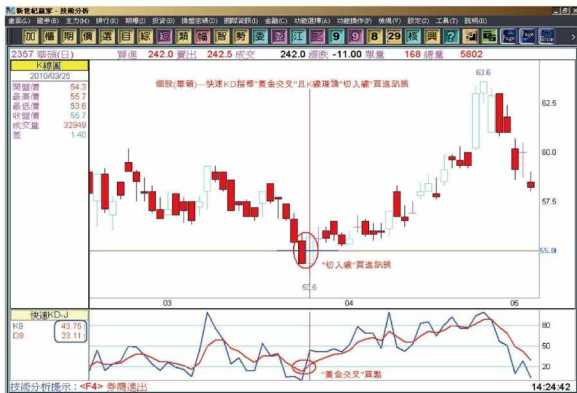


148



■ 買進訊號 ■

實例3.個股(華碩)：



(八)快速KD指標和K線理論(黎明之星)買進訊號

快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“黎明之星”買進訊號，這樣的指標組合，是所有技術指標中，最佳的買進訊號組合。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論的兩根K線組合是否形成買進訊號——“黎明之星”，如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“黎明之星”買進訊號，投資人就要大膽貫徹執行買進動作。

150



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤：



實例2.類股(水泥)：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 151

實例3.個股(亞泥)：





(九)快速KD指標和K線理論(孕育線)買進訊號

快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“孕育線”買進訊號，這樣的指標組合，是所有技術指標中，最佳的買進訊號組合。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論的兩根K線組合是否形成買進訊號---“孕育線(母子線)”，如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“孕育線(母子線)”買進訊號，投資人就要大膽貫徹執行買進動作，才能享受買在起漲點的樂趣。

壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 153

實例1.大盤：



實例2.類股(資產)：



154



■ 買進訊號 ■

實例3.個股：



(十)快速KD指標和K線理論(陽包陰)買進訊號

快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“陽包陰”買進訊號，這樣的指標組合，是所有技術指標中，最強的買進訊號組合，可遇不可求，底部出現的機會少，大都出現在半山腰。

經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論是否形成買進訊號？K線理論中——“陽包陰”是可遇不可求的強勁買進訊號，一般都是出現在突發性的利多消息發布之後。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論形成“陽包陰”買進訊號，投資人一定要大膽貫徹執行買進動作，股價就算沒有大波段行情，也會有短線反彈行情。

156



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤：



實例2.類股(半導體)：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 157

實例3.個股：





(十一)快速KD指標和標準型態(W底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中最常出現的是“W底”買進型態。

W底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價向上突破W底的下降趨勢壓力線，便是W底買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”W底，則會有一波段漲升行情。

實例1.大盤：

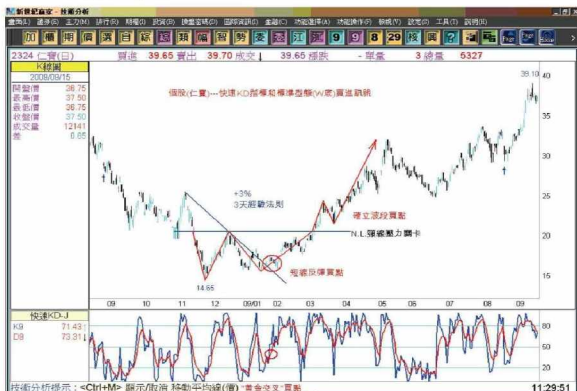


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 159

實例2.類股(食品)：



實例3.個股(仁寶)：



160



■ 買進訊號 ■

(十二)快速KD指標和失敗型態(W底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“W底”買進型態？

當股價由下往上突破W底的下降趨勢壓力線，便是“W底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”W底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L.頸線壓力關卡不易站上。

實例1.大盤：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 161

實例2.類股(銀行)：



實例3.個股(環科)：





(十三) 快速KD指標和強勢型態(W底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中最常出現的是“W底”買進型態。

若型態形成“標準型態”W底，當股價突破N.L頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”W底，當股價突破N.L頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔W底的右腳對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”W底，則持股可續抱，待股價直奔W底的右腳對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

實例1.大盤：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 163

實例2.類股(網通)：



實例3.個股(正威)：





(十四) 快速KD指標和標準型態(頭肩底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中次常出現的是“頭肩底”買進型態。

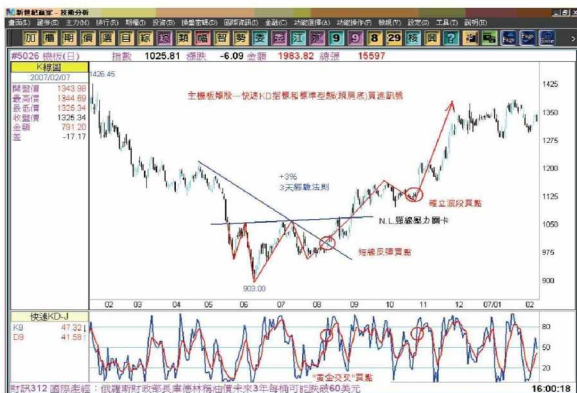
頭肩底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價由下往上突破頭肩底的下降趨勢壓力線，便是頭肩底買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”頭肩底，則會有一波段漲升行情，股價上漲目標為頭肩底的頭部對稱滿足點。

實例1.大盤：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 165

實例2.類股(主板)：



實例3.個股(中華汽車)：





(十五)快速KD指標和失敗型態(頭肩底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“頭肩底”買進型態？

當股價由下往上突破頭肩底的下降趨勢壓力線，便是“頭肩底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”頭肩底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L.頸線壓力關卡不易站上。

實例1.大盤：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 167

實例2.類股(太陽能)：



實例3.個股(原相)：





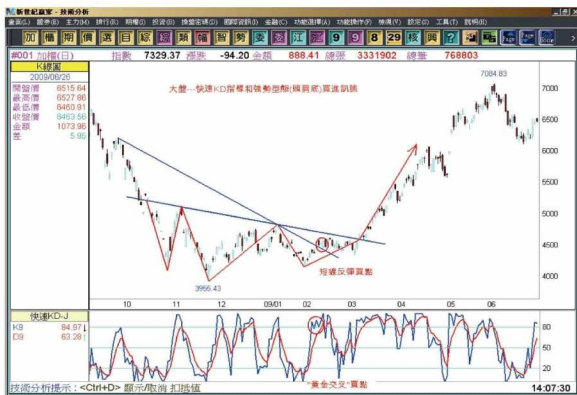
(十六)快速KD指標和強勢型態(頭肩底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中次常出現的是“頭肩底”買進型態。

若型態形成“標準型態”頭肩底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”頭肩底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔頭肩底的頭部對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”頭肩底，則持股可續抱，待股價直奔頭肩底的頭部對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

實例1.大盤：



壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 169

實例2.類股(手機)：



實例3.個股(台揚)：



170



■ 買進訊號 ■

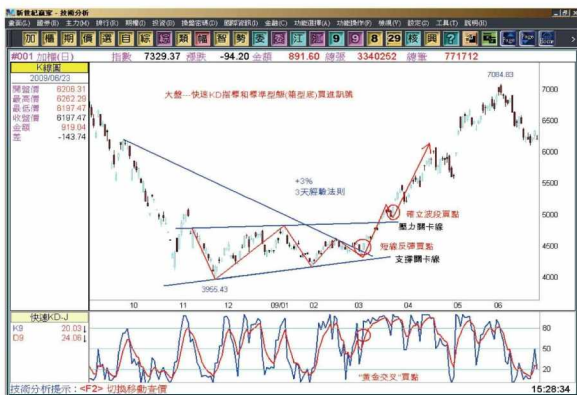
(十七) 快速KD指標和標準型態(箱型底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“箱型底”買進型態。

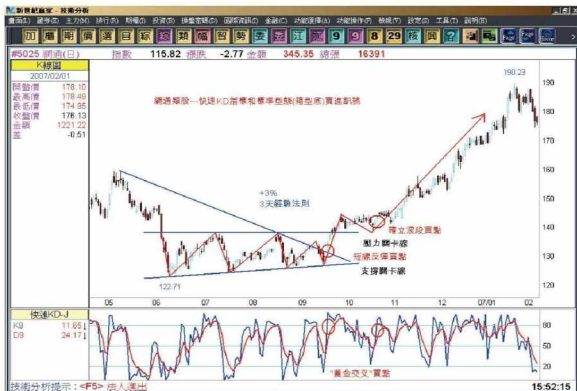
箱型底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價由下往上突破箱型底的下降趨勢壓力線，便是箱型底買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”箱型底，則會有一波段漲升行情，股價上漲目標為箱型底的箱距對稱滿足點。

實例1.大盤：

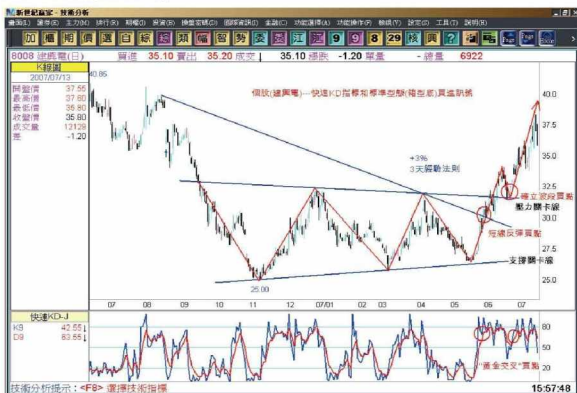


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 171

實例2.類股(網通)：



實例3.個股(建興電)：





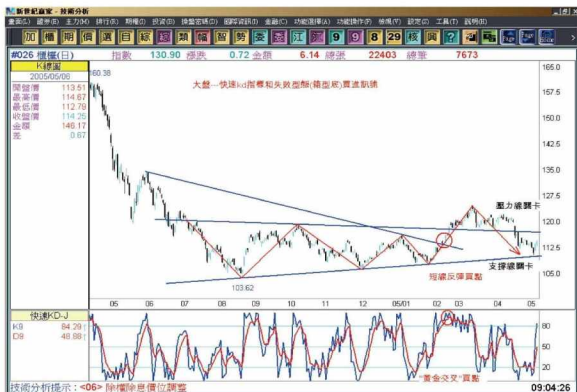
(十八) 快速KD指標和失敗型態(箱型底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“箱型底”買進型態？

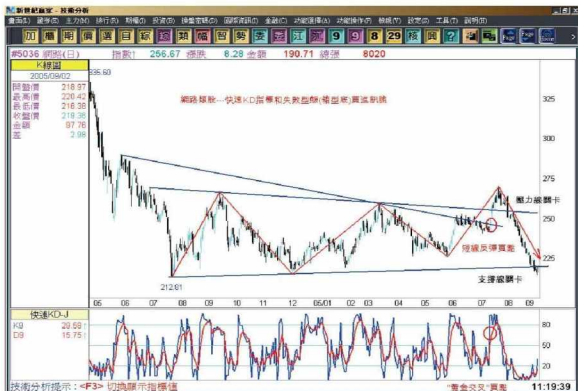
當股價由下往上突破箱型底的下降趨勢壓力線，便是“箱型底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”箱型底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L頸線壓力關卡不易站上。

實例1.大盤：

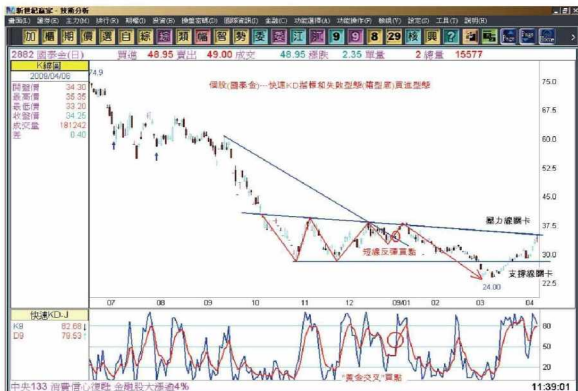


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 173

實例2.類股(網路)：



實例3.個股(國泰金)：





(十九) 快速KD指標和強勢型態(箱型底)買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“箱型底”買進型態。

若型態形成“標準型態”箱型底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”箱型底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔箱型底的箱距對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當快速KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”箱型底，則持股可續抱，待股價直奔箱型底的箱距對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

實例1.大盤：

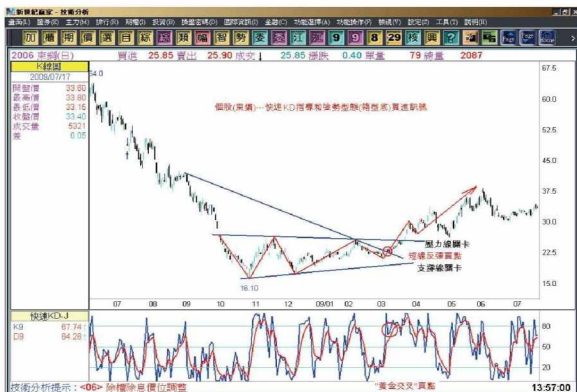


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 175

實例2.類股(玻璃)：



實例3.個股(東鋼)：





(二十)快速KD指標和島型(狀)反轉底部型態買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上我們應該先觀察快速KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號？如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“島型(狀)反轉”買進型態。“島型(狀)反轉”底部型態買進訊號的出現，是在重大利空消息之後，一般投資人的心態會隨著重大利空消息的出現而轉趨悲觀，甚至反手放空操作。

經驗法則：島型(狀)反轉買進訊號的股價走勢，通常是一波到頂的V型反轉，軋空頭又軋空手。“島型(狀)反轉”買進型態是可遇不可求的“強勢”買進訊號；若快速KD指標位於20附近或20以下出現“黃金交叉”買進訊號，且型態出現“島型(狀)反轉”買進型態，此時為絕佳買點，宜大膽買進。當“島型(狀)反轉”買進型態出現，是非常強的買進訊號，宜多不宜空。

實例1.大盤：



實例2.類股(安控設備)：



實例3.個股(廣達)：





(二十一)快速KD指標和葛蘭碧八大法則的四種買進訊號

1.短線---買進訊號

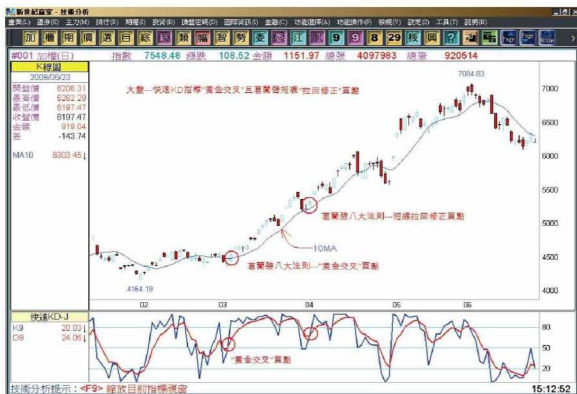
經驗分享：

葛蘭碧八大法則短線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵就是10日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示短線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。短線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區一般投資人都很容易研判；第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

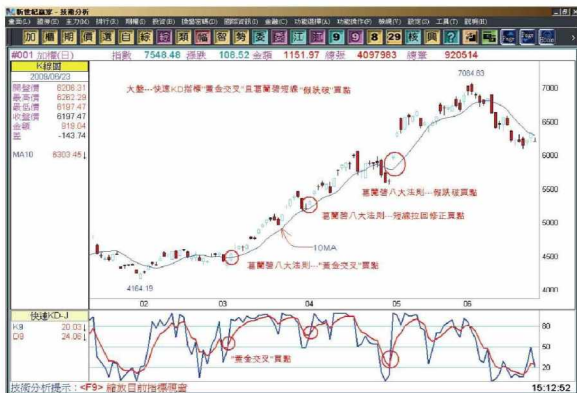
實例1. 大盤---葛蘭碧短線“黃金交叉”買點：



實例2. 大盤——葛蘭碧短線“拉回修正”買點：



實例3. 大盤——葛蘭碧短線“假跌破”買點：



180



■ 買進訊號 ■

實例4. 大盤---葛蘭碧短線“負乖離過大”買點：

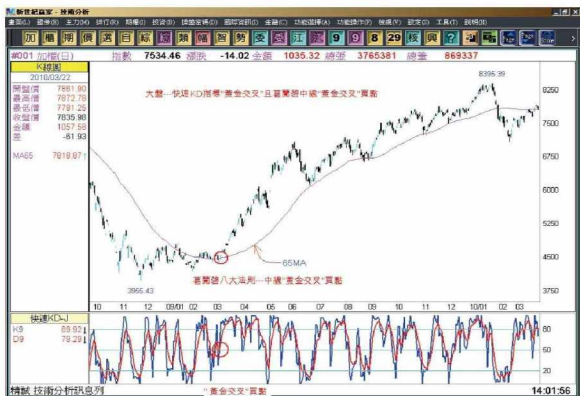


2.中線---買進訊號

經驗分享：

葛蘭碧八大法則中線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵就是65日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示中線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。中線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區，一般投資人都很容易研判；但是第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

實例1. 大盤---葛蘭碧中線“黃金交叉”買點：

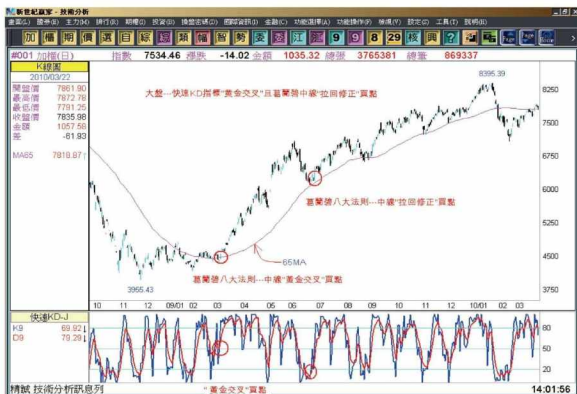


182

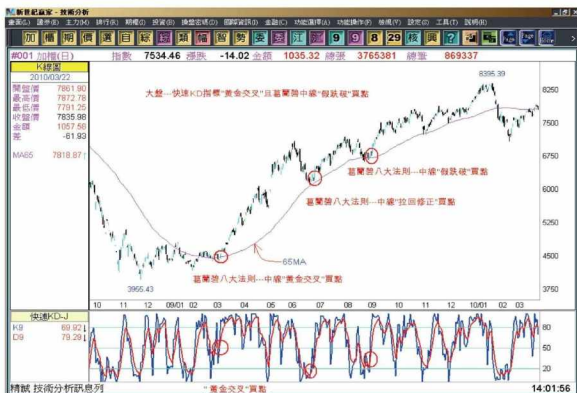


■ 買進訊號 ■

實例2. 大盤---葛蘭碧中線“拉回修正”買點：



實例3. 大盤---葛蘭碧中線“假跌破”買點：



實例4. 大盤——葛蘭碧中線“負乖離過大”買點：



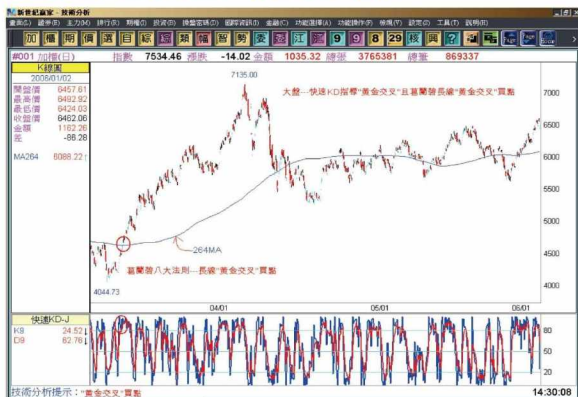


3.長線---買進訊號

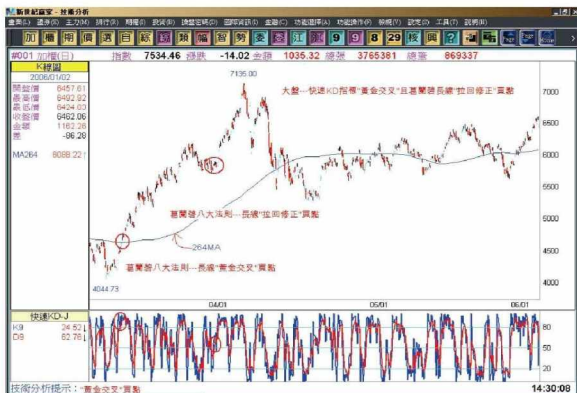
經驗分享:

葛蘭碧八大法則長線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵，就是264日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示長線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。長線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區，一般投資人都很容易研判；但是第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

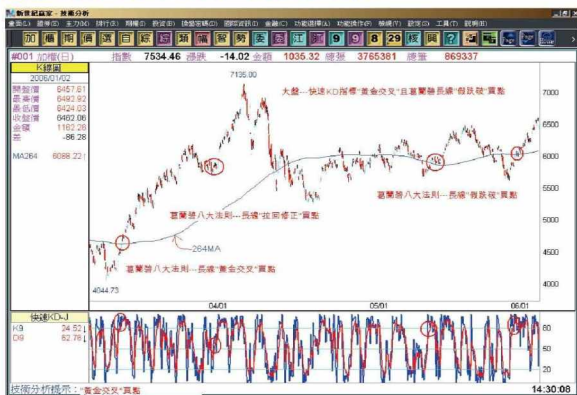
實例1. 大盤---葛蘭碧長線“黃金交叉”買點：



實例2. 大盤---葛蘭碧長線“拉回修正”買點：



實例3. 大盤---葛蘭碧長線“假跌破”買點：

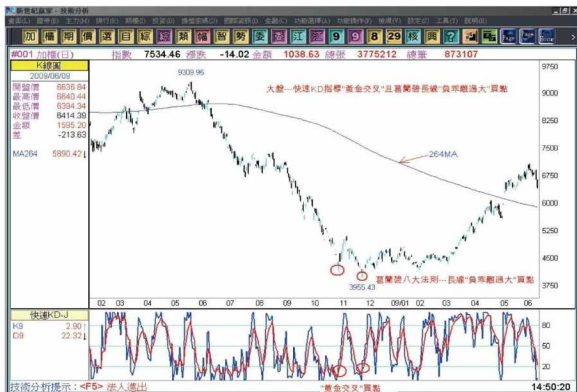


186



■ 買進訊號 ■

實例4. 大盤---葛蘭碧長線”負乖離過大”買點：

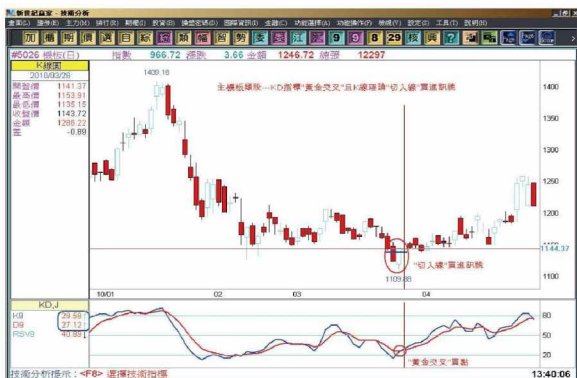


(二十二)KD指標和K線理論(切入線)買進訊號

實例1.大盤：

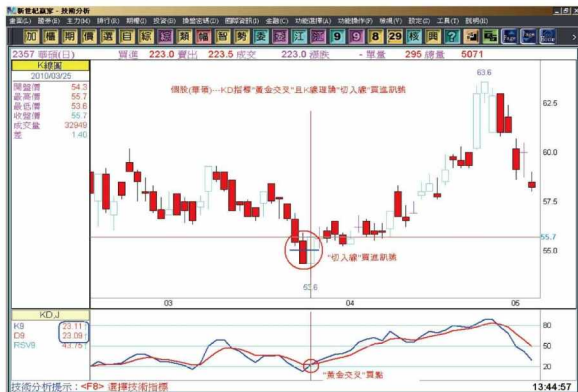


實例2.類股(主板)：





實例3.個股(華碩)：



經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

K線理論是研究技術分析的資深投資人所鍾愛的理論，因為股市是活的，所以每天的K線型態千變萬化，但大致歸納其實只有一根K線，兩根K線和三根K線組合之研判；最重要的是兩根K線組合的買進訊號，其最常且最早出現的兩根K線組合的買進訊號為“切入線”買進訊號。而技術指標中投資人最常用的買進訊號為“KD指標”，當兩項指標出現的買進訊號組合在一起，便是最佳的買點。

(二十三)KD指標和K線理論(黎明之星)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(水泥)：



190



■ 買進訊號 ■

實例3.個股(亞泥)：



經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論的兩根K線組合是否形成買進訊號——“黎明之星”，如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“黎明之星”買進訊號，投資人就要大膽貫徹執行買進動作。

(二十四) KD指標和K線理論(孕育線)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(資產)：





實例3. 個股(泰豐)：



經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論的兩根K線組合是否形成買進訊號——“孕育線(母子線)”，如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論亦形成“孕育線(母子線)”買進訊號，投資人就要大膽貫徹執行買進動作，才能享受買在起漲點的樂趣。

(二十五) KD指標和K線理論(陽包陰)買進訊號

實例1.大盤



實例2.類股(半導體)：





實例3.個股(南科)：



經驗分享：

每一項技術指標都可以單獨研判其買點或賣點；當一次採用兩項指標來研判時，若兩項指標同時都出現買進訊號，其上漲的準確機率就非常的大。

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察K線理論是否形成買進訊號？K線理論中——“陽包陰”是可遇不可求的強勁買進訊號，一般都是出現在突發性的利多消息發布之後。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且K線理論形成“陽包陰”買進訊號，投資人一定要大膽貫徹執行買進動作，股價就算沒有大波段行情，也會有短線反彈行情。

(二十六) KD指標和標準型態(W底)買進訊號

實例1.大盤：

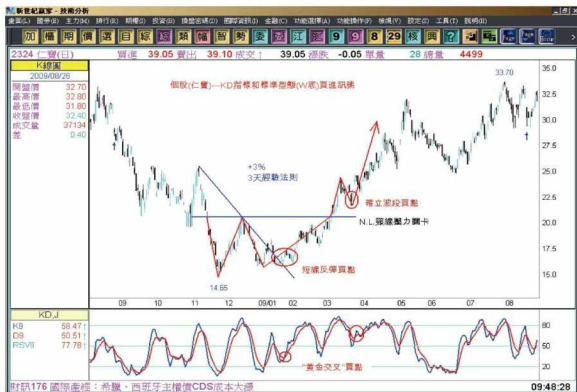


實例2.類股(食品)：





實例3.個股(仁寶)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中最常出現的是“W底”買進型態。

W底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價向上突破W底的下降趨勢壓力線，便是W底買進型態的第一買點——“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”W底，則會有一波段漲升行情。

(二十七) KD指標和失敗型態(W底)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(銀行)：





實例3.個股(環科)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“W底”買進型態？

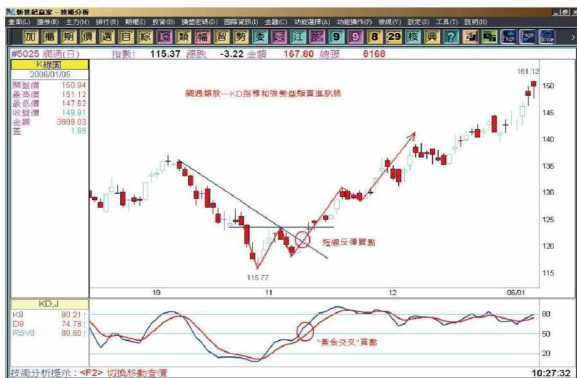
當股價由下往上突破W底的下降趨勢壓力線，便是“W底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”W底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L.頸線壓力關卡不易站上。

(二十八) KD指標和強勢型態(W底)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(網通)：



200



■ 買進訊號 ■

實例3.個股(正歲)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中最常出現的是“W底”買進型態。

若型態形成“標準型態”W底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”W底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔W底的右腳對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且W底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”W底，則持股可續抱，待股價直奔W底的右腳對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

(二十九) KD指標和標準型態(頭肩底)買進訊號

實例1.大盤：

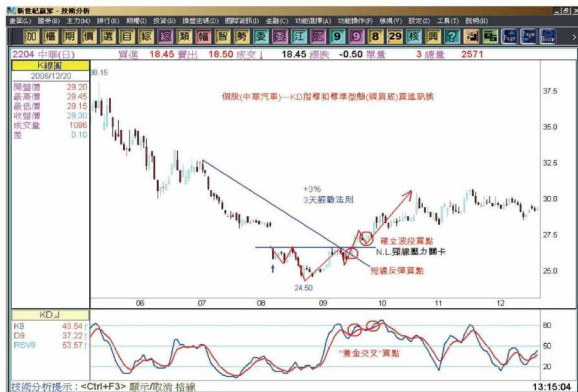


實例2.類股(主板)：





實例3. 個股(中華汽車)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中次常出現的是“頭肩底”買進型態。

頭肩底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價由下往上突破頭肩底的下降趨勢壓力線，便是頭肩底買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”頭肩底，則會有一波段漲升行情，股價上漲目標為頭肩底的頭部對稱滿足點。

(三十) KD指標和失敗型態(頭肩底)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(太陽能)：





實例3.個股(原相)：



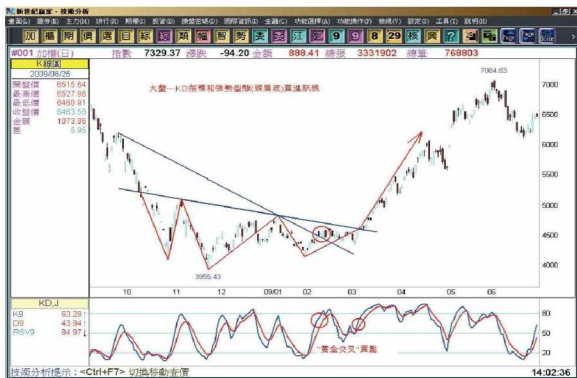
經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“頭肩底”買進型態？

當股價由下往上突破頭肩底的下降趨勢壓力線，便是；頭肩底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”頭肩底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L.頸線壓力關卡不易站上。

(三十一) KD指標和強勢型態(頭肩底)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(手機)：





實例3.個股(台揚)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中次常出現的是“頭肩底”買進型態。

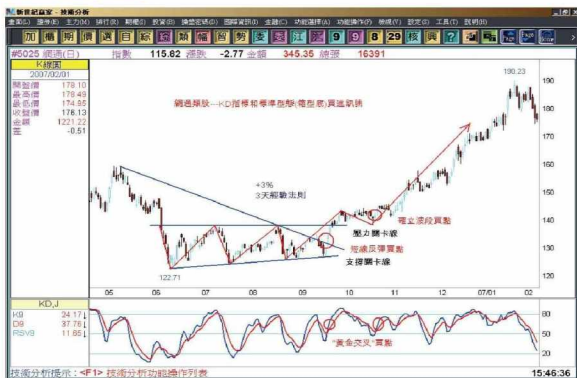
若型態形成“標準型態”頭肩底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”頭肩底，當股價突破N.L.頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔頭肩底的頭部對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且頭肩底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”頭肩底，則持股可續抱，待股價直奔頭肩底的頭部對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

(三十二) KD指標和標準型態(箱型底)買進訊號

實例1.大盤：

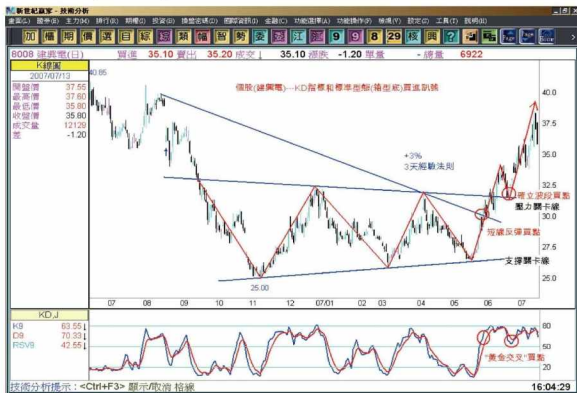


實例2.類股(網通)：





實例3. 個股(建興電)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“箱型底”買進型態。

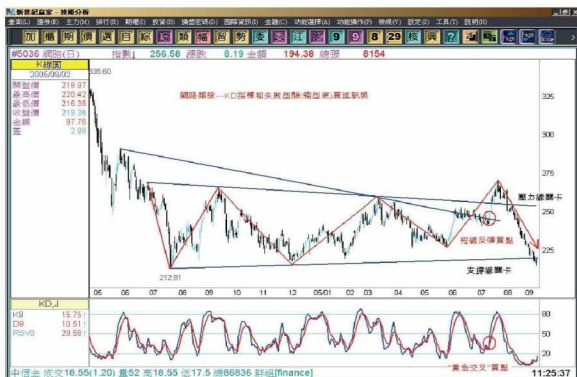
箱型底買進型態的第一買點是“短線反彈買點”。當股價由下往上突破箱型底的下降趨勢壓力線，便是箱型底買進型態的第一買點——“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“標準型態”箱型底，則會有一波段漲升行情，股價上漲目標為箱型底的箱距對稱滿足點。

(三十三) KD指標和失敗型態(箱型底)買進訊號

實例1.大盤：



實例2.類股(網路)：



210



■ 買進訊號 ■

實例3.個股(國泰金)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成“箱形底”買進型態？

當股價由下往上突破箱型底的下降趨勢壓力線，便是“箱型底”買進型態的第一買點---“短線反彈買點”。如果KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“失敗型態”箱型底，則不太可能形成一波段漲升行情，僅有弱勢的跌深反彈走勢，N.L.頸線壓力關卡不易站上。

(三十四) KD指標和強勢型態(箱型底)買進訊號

實例1.大盤：

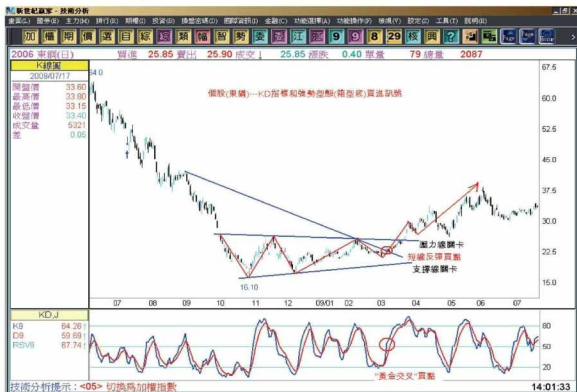


實例2.類股(玻璃)：





實例3.個股(東鋼)：



經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上，我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成“黃金交叉”買進訊號，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“箱型底”買進型態。

若型態形成“標準型態”箱型底，當股價突破N.L頸線壓力關卡後，會出現過關拉回走勢；若型態形成“強勢型態”箱型底，當股價突破N.L頸線壓力關卡後，會一去不回頭，直奔箱型底的箱距對稱滿足點，不會形成過關拉回走勢。當KD指標於低檔區形成“黃金交叉”買進訊號且箱型底亦出現“短線反彈買點”，此時，為絕佳買點，若型態形成“強勢型態”箱型底，則持股可續抱，待股價直奔箱型底的箱距對稱滿足點時，再逢高獲利賣出。

(三十五) KD指標和島型(狀)反轉底部型態買進訊號

經驗分享：

技術指標是股價的領先指標，實務上我們應該先觀察KD指標於低檔區是否形成“黃金交叉”買進訊號，如果形成，我們再觀察型態理論是否形成買進訊號？型態理論中偶爾會出現“島型(狀)反轉”買進型態。“島型(狀)反轉”底部型態買進訊號的出現，是在重大利空消息之後，一般投資人的心態會隨著重大利空消息的出現而轉趨悲觀，甚至反手放空操作。

經驗法則：島型(狀)反轉買進訊號的股價走勢，通常是一波到頂的V型反轉，軋空頭又軋空手。“島型(狀)反轉”買進型態是可遇不可求的“強勢”買進訊號，若KD指標位於20附近或20以下出現“黃金交叉”買進訊號，且型態出現“島型(狀)反轉”買進型態，此時為絕佳買點，宜大膽買進。當“島型(狀)反轉”買進型態出現，是非常強的買進訊號，宜多不宜空。

實例1.大盤：





數實記寶室 09/11/15 陸港分家

[匯市\(0\)](#)
[匯市\(0\)](#)
[主力\(0\)](#)
[期權\(0\)](#)
[匯市利率\(0\)](#)
[期貨金銀\(0\)](#)
[國際金銀\(0\)](#)
[金融\(0\)](#)
[功能選擇\(0\)](#)
[行情\(0\)](#)
[說吧\(0\)](#)
[工具\(0\)](#)
[服務\(0\)](#)

[加](#)
[備](#)
[兩](#)
[候](#)
[選](#)
[區](#)
[新](#)
[聞](#)
[備](#)
[用](#)
[匯](#)
[豐](#)
[源](#)
[9](#)
[8](#)
[29](#)
[微](#)
[信](#)
[指](#)
[點](#)
[匯](#)
[豐](#)
[源](#)
[網](#)

#91081 安控設備(白) 指數 53.49 漲跌 -0.38 全線 33.23 漲跌 1337

K線圖 65.74

開盤價 55.94
 最高價 58.17
 最低價 55.06
 收盤價 55.99
 漲跌 362.35
 量 0.89

安控設備報跌→“鳥型(狀)反轉”底部包頭買進訊號

二次“鳥型(狀)反轉”→買進訊號

“鳥型(狀)反轉”→買進訊號

KDJ

K9 25.98
 D9 26.08
 RSV9 46.41

精誠 技術分析提示：<03> 進入分價分量模式

■ ■ ■ [99] 11:49:03

新世紀寶家 09/11/15 技術分析

[臺灣\(主\)](#)
[國市\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)
[國幣\(主\)](#)

加權
南
廣
選
國
新
國
新
國
新
國
新
國
新
國
新
國
新
國
新

2382 處女(日) 買進 57.0 賣出 57.1 成交 ↑ 57.1 漲跌 - 單量 9 總量 3541

K線圖

2010/1/16

開盤價 57.1
 最高價 57.1
 最低價 56.5
 收盤價 57.1
 成交量 3541
 差 0.00

假股(震盪)---"鳥型"反轉---底部型態買進訊號
 "鳥型"反轉---買進訊號

45.40

KDJ

K9 60.23
 D9 78.63
 RSV9 82.61

精試 技術分析提示：<Ctrl+F> 切換移動查價 99 12:32:16/

(三十六) KD指標和葛蘭碧八大法則的四種買進訊號

1.短線---買進訊號

經驗分享：

葛蘭碧八大法則短線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵就是10日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示短線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。

短線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區，一般投資人都很容易研判；但是第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

實例1.大盤---葛蘭碧短線“黃金交叉”買點：



216



■ 買進訊號 ■

實例2.大盤---葛蘭碧短線“拉回修正”買點：



實例3.大盤---葛蘭碧短線“假跌破”買點：



實例4.大盤---葛蘭碧短線“負乖離過大”買點：



2.中線---買進訊號

經驗分享：

葛蘭碧八大法則中線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵就是65日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示中線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。

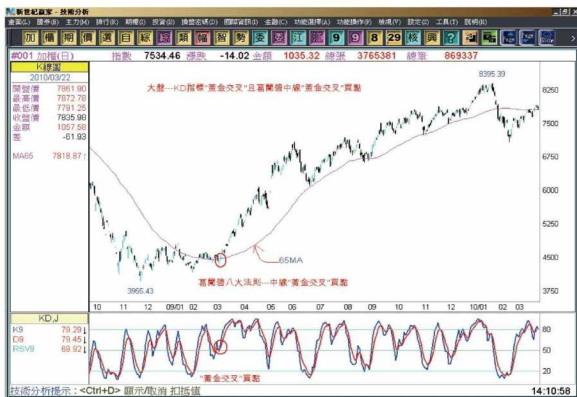
中線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區，一般投資人都很容易研判；但是第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

218

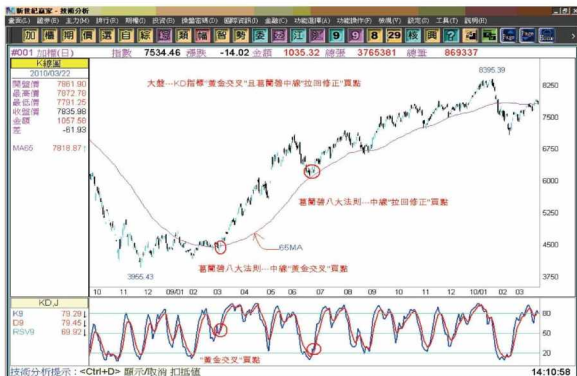


■ 買進訊號 ■

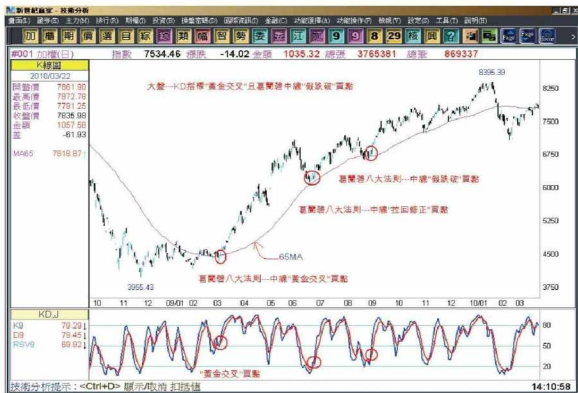
實例1.大盤---葛蘭碧中線“黃金交叉”買點：



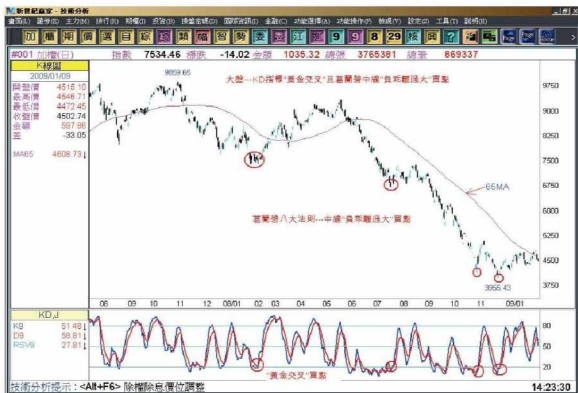
實例2.大盤---葛蘭碧中線“拉回修正”買點：



實例3.大盤—葛蘭碧中線“假跌破”買點：



實例4.大盤—葛蘭碧中線“負乖離過大”買點：



220



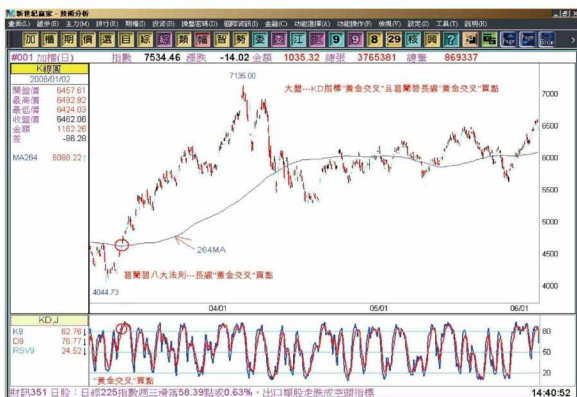
■ 買進訊號 ■

3.長線---買進訊號

經驗分享：

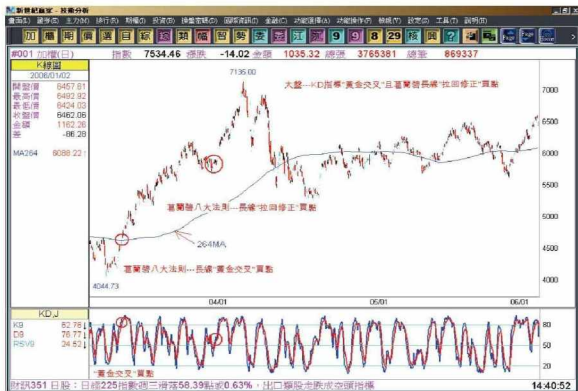
葛蘭碧八大法則長線的四個買點：1.黃金交叉買點 2.拉回修正買點 3.假跌破買點 4.負乖離過大買點。前三個買點的關鍵就是264日移動平均線的走勢，必須是趨勢向上，這表示長線股價正處於多頭市場，投資人追價買進意願高。長線第一個買點“黃金交叉”是出現在底部低檔區，一般投資人都很容易研判；但是第二和第三個買點“拉回修正”和“假跌破”是出現在半山腰，不是一般投資人能正確判讀，必須有經驗且配合技術指標輔佐，才能提高研判的正確機率。第四個買點“負乖離過大”卻是出現在空頭市場的半山腰。

實例1.大盤---葛蘭碧長線“黃金交叉”買點：

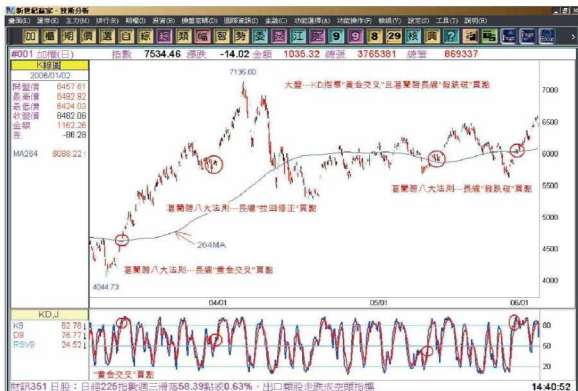


壹、底部低檔區的買進訊號 ■ 221

實例2.大盤——葛蘭碧長線“拉回修正”買點：



實例3.大盤——葛蘭碧長線“假跌破”買點：

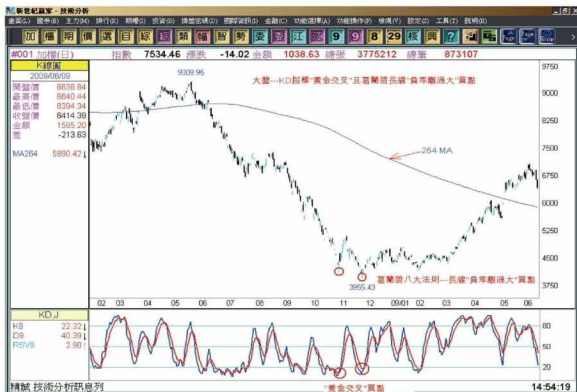


222



■ 買進訊號 ■

實例4.大盤---葛蘭碧長線“負乖離過大”買點：



貳、半山腰的買進訊號



拍攝地點：四川省亞丁神山“央邁勇”



位於半山腰的買進訊號該如何判斷呢？就技術分析而言，技術指標是股價的領先指標，所以要判斷現階段股價所處的位置是：底部區或半山腰或頭部區？看技術指標便會一目了然。但是技術指標有數十種，那要用哪一種技術指標來判斷呢？就筆者的經驗，用KD（隨機）指標來做判斷，其準確性最高且簡單。

經驗法則：日線圖是用來研判短線趨勢；週線圖是用來研判中線(波段)趨勢；月線圖是用來研判長線趨勢。所以半山腰的買進訊號，又可細分為：(1).日線圖-短線所處的半山腰買進訊號。(2).週線圖-中線所處的半山腰買進訊號。(3).月線圖-長線所處的半山腰買進訊號。

若用KD指標來判斷：

- (1)1.當KD指標位於0-20，稱之為底部低檔區。
 - 2.當KD指標位於50附近，稱之為半山腰。
 - 3.當KD指標位於80-100，稱之為頭部高檔區。
- (2)1.當日線圖的KD指標位於50附近，稱之為短線位於半山腰。
 - 2.當週線圖的KD指標位於50附近，稱之為中線位於半山腰。
 - 3.當月線圖的KD指標位於50附近，稱之為長線位於半山腰。

(一)由KD指標研判半山腰買進訊號

1.短線位於半山腰：

日線圖KD指標位於50附近，表示短線股價位於半山腰。半山腰買進訊號的必要條件：當KD指標由下往上穿越50且MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方。

實務經驗：

- (1)KD指標由下往上穿越50，表示股價趨勢轉強。
- (2)MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方，表示跌勢結束，漲勢開始；當(1)和(2)同時成立，表示半山腰買進訊號發動。如下圖：

實例1.大盤短線——半山腰買進訊號：





實例2.半導體類股短線---半山腰買進訊號：



實例3. 個股(台積電)短線---半山腰買進訊號：



經驗分享：

在半山腰的買進訊號，一般資深的投資人(股市老鳥)都不太敢大量買進，老鳥習慣底部的買進訊號，半山腰的買進訊號就略為保守，而頭部高檔區的買進訊號就更加保守，甚至放棄不買(自嘲：後半段留給別人賺)；反而是股市新鮮人，初生之犢不畏虎，敢於半山腰積極買進，菜鳥只要看見買進訊號浮現，便會積極進場買進。到底是老鳥厲害，還是菜鳥厲害？很難定論！英國倫敦的某基金公司曾經做過一項統計，當多頭市場時，招聘20幾到30幾歲的基金經理人；當空頭市場時，招聘40到50歲的基金經理人，其操作績效最好，可見老鳥和菜鳥各有擅長的市場。

經驗法則：

當“日線圖”KD指標由下往上穿越50，表示“短線”股價趨勢轉強；當MACD指標的D-M >0 ，表示柱狀圖站在0軸之上，“短線”股價趨勢由空翻多，亦表示“短線”跌勢結束，漲勢開始。一旦上述二項條件成立，表示“短線”股價漲升的動能和強度轉強，可以加碼買進。此時，就看各位讀者是老鳥或菜鳥的心境了。



2.中線位於半山腰：

週線圖KD指標位於50附近，表示中線股價位於半山腰。半山腰買進訊號的必要條件：當KD指標由下往上穿越50且MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方。經驗法則：
(1)KD指標由下往上穿越50，表示股價趨勢轉強 (2)MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方，表示跌勢結束，漲勢開始；當(1)和(2)同時成立，表示半山腰買進訊號發動。

如下圖：

經驗分享：

在半山腰的買進訊號，一般資深的投資人(股市老鳥)都不太敢大量買進，老鳥習慣底部的買進訊號，半山腰的買進訊號就略為保守，而頭部高檔區的買進訊號就更加保守，甚至放棄不買(自嘲：後半段留給別人賺)；反而是股市新鮮人，初生之犢不畏虎，敢於半山腰積極買進，菜鳥只要看見買進訊號浮現，便會積極進場買進。

經驗法則：

當“週線圖”KD指標由下往上穿越50，表示“中線”股價趨勢轉強；當MACD指標的D-M>0，表示柱狀圖站在0軸之上，“中線”股價趨勢由空翻多，亦表示“中線”跌勢結束，漲勢開始。一旦上述二項條件成立，表示“中線”股價漲升的動能和強度轉強，可以加碼買進。此時，股價趨勢形成中線保護短線架構，短線拉回都是找買點，投資人一定要大膽買進，賺中線(波段)財；待股價漲到頭部高檔區，再逢高獲利減碼賣出。

[illegible]

新華網財經 - 技術分析

選股(L) 選平(D) 主力(B) 操作(B) 時間(B) 財報(B) 除權密碼(C) 留單資訊(C) 盒盤(C) 本地盤市(A) 轉機操作(B) 修改(B) 工具(T) 說明(H) 幫助(H) 退出(E) 刷新(F5) 保存(F6) 打印(P) 退出(E)

#5026 聯成(30) 指數 1020.97 漲跌 -20.77 金額 740.77 牌價 12225

K線圖

2005/06/18

主權假單段中繼--半山腰買進到頭

1847.97

1750

1652.85

1500

1250

750

790.59

05/01 06/01 07/01 08/01

半山腰

KDJ

KB 65.49

DB 52.39

RSV 88.28

80

60

20

專越50時後

MACD

MACD -52.75

DIF -48.48

D-M 4.29

EMA12 1023.50

25

0

-25

柱狀圖>D軸

出於445 台灣主要晚報財經新聞標題2010年8月9日

15:26:59

230



■ 買進訊號 ■

實例3. 個股(技嘉)中線---半山腰買進訊號：



3.長線位於半山腰：

月線圖KD指標位於50附近，表示長線股價位於半山腰。半山腰買進訊號的必要條件：當KD指標由下往上穿越50且MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方。經驗法則：(1).KD指標由下往上穿越50，表示股價趨勢轉強(2).MACD指標的柱狀圖由0軸下方轉為0軸上方，表示跌勢結束，漲勢開始；當(1)和(2)同時成立，表示半山腰買進訊號發動。

如下圖：

經驗分享：

在半山腰的買進訊號，一般資深的投資人(股市老鳥)都不太敢大量買進，老鳥習慣底部的買進訊號，半山腰的買進訊號就略為保守，而頭部高檔區的買進訊號就更加保守，甚至放棄不買(後半段留給別人賺)；反而是股市新鮮人，初生之犢不畏虎，敢於半山腰積極買進，菜鳥只要看見買進訊號浮現，便會積極進場買進。

經驗法則：

當“月線圖”KD指標由下往上穿越50，表示“長線”股價趨勢轉強；當MACD指標的D-M>0，表示柱狀圖站在0軸之上，“長線”股價趨勢由空翻多，亦表示“長線”跌勢結束，漲勢開始。一旦上述二項條件成立，表示“長線”股價漲升的動能和強度轉強，可以加碼買進。此時，股價趨勢形成長線保護中，短線架構，中線和短線拉回都是找買點，投資人一定要大膽買進，賺長線（大波段）財；待股價漲到頭部高檔區，再逢高獲利減碼賣出。

232



■ 買進訊號 ■

實例1.大盤長線---半山腰買進訊號：



實例2.中概類股長線---半山腰買進訊號：



實例3.個股(潤泰新)長線——半山腰買進訊號：





(二)由型態理論(上升旗型)研判半山腰買進訊號

就型態理論而言：型態分爲多頭市場的買進型態和空頭市場的賣出型態。

就型態形成的位置而分：(1)多頭市場分爲底部買進型態；半山腰買進型態和頭部賣出型態。(2)空頭市場分爲頭部賣出型態；半山腰賣出型態和底部買進型態。

現在爲大家介紹半山腰的買進型態---上升旗型。上升旗型的特徵：股價先上漲一大段，形成一根旗竿，然後拉回橫向盤整，形成一張旗面，這樣就構成上升旗型。上升旗型的旗面樣式五花八門，有三角形，有四角形...等。上升旗型的旗面型態：有向上飄揚，有向下飄揚，還有橫向飄揚的樣式。又分：對稱三角形，直角三角形，等腰三角形...等。總之，無論上升旗型呈現三角形或四角形或對稱或直角或等腰三角形，讀者可以通通不用管它，只要記住：先看到一根上漲的旗竿，再看到橫向盤整的旗面，這就是“上升旗型”買進型態。

筆者一再強調：“股市是活的”，它不會一成不變，它更不會被任何一個人完全掌控，當你用經驗法則判斷她應該要漲或跌，有時候會準確應驗，但是不保證每次都應驗，往往當你非常有把握而重押時，卻是預測失準，慘遭滑鐵盧的時候，這就是股市奇妙之處。若股價走勢形成波浪形態發展，當第2波和第4波拉回修正時，略懂波浪型態的投資人都可以做出正確判斷和動作，趁第2，4波拉回修正時，減碼賣出或獲利了結。但是，如果第2波或第4波拉回修正是形成複雜的橫盤整理，屆時，市場會出現多

空分歧的看法：(1)保守悲觀派的看法：稱之為“盤久必跌”。保守悲觀派認為，股市盤整那麼久，要漲早就上漲了，未來走勢必定是“盤久必跌”，建議賣出或放空。(2)積極樂觀派的看法：稱之為“以盤代跌”。積極樂觀派認為，股市盤整那麼久，是用盤整代替下跌，當技術指標KD由80高檔區，降溫至20低檔區，表示盤整即將結束，未來走勢必定是“突破盤局，一飛沖天”，建議逢低買進或作多。

非常重要的實務經驗：

(1)若盤勢是由底部低檔區起漲一段，然後進入橫向盤整，作者將其命名為“上升旗型”。也就是屬於(2).積極樂觀派的看法：稱之為“以盤代跌”。當技術指標KD由80高檔區，降溫至20低檔區，表示盤整即將結束，未來走勢必定是“突破盤局，一飛沖天”。簡言之，“上升旗型”是出現在多頭市場。

(2)若盤勢是由頭部高檔區下跌一段，然後進入橫向盤整，作者將其命名為“下降旗型”。也就是屬於(1)保守悲觀派的看法：稱之為“盤久必跌”。當技術指標KD由20低檔區，反彈至50附近半山腰或強彈至80高檔區，表示盤整即將結束，未來走勢必定是“盤久必跌”且會大跌一段。簡言之，“下降旗型”是出現在空頭市場。

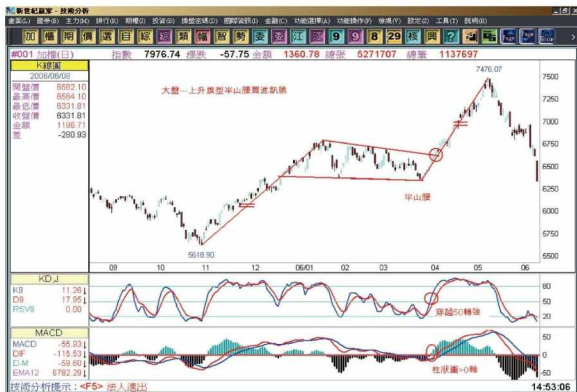
如下圖：

236

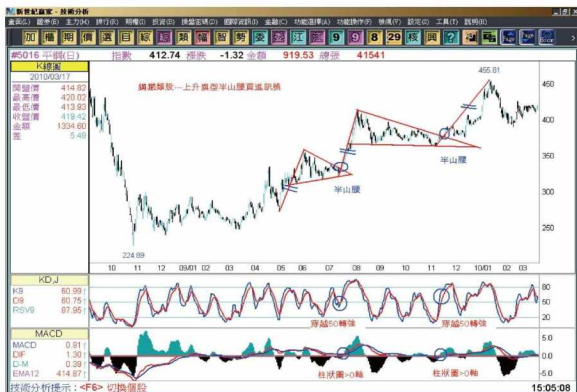


■ 買進訊號 ■

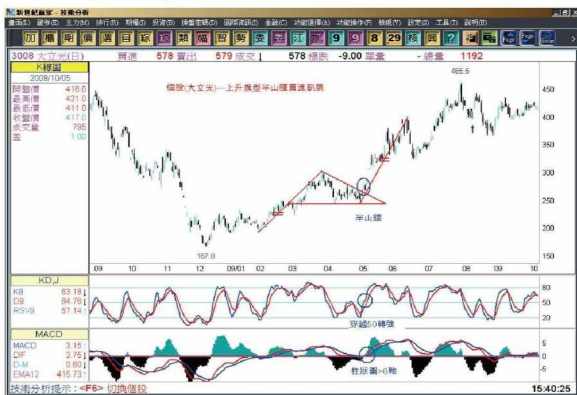
實例1.大盤---上升旗型半山腰買進訊號



實例2.鋼鐵類股---上升旗型半山腰買進訊號



實例3. 個股(大立光)---上升旗型半山腰買進訊號





經驗分享：

在半山腰的買進訊號出現之前，會有多空不明的型態出現：在半山腰出現波浪理論的第2波和第4波的調整波，是屬於簡單的拉回型態，稍有經驗的投資人，都可以等待拉回修正後，逢低找買點進場。但是，在半山腰出現多空不明的“區間盤整”，此時，無論老鳥或菜鳥大家看法分歧，分成兩派：樂觀派---以盤代跌；悲觀派---盤久必跌。

經驗法則：

在多頭市場漲多拉回，進入多空不明的“區間盤整”，大多是“上升旗型”買進型態。待 (1)KD指標由下往上穿越50，表示股價趨勢轉強 (2)當MACD指標的D-M>0，表示柱狀圖站在0軸之上，股價趨勢由空翻多，亦表示跌勢結束，漲勢開始。

一旦上述二項條件成立，表示股價漲升的動能和強度轉強，上升旗型確立，可以加碼買進。如果日線圖上述二項條件成立，表示短線買進訊號成立；如果週線圖上述二項條件成立，表示中線買進訊號成立；如果月線圖上述二項條件成立，表示長線買進訊號成立。

(三)由波浪理論研判半山腰買進訊號

波浪理論的多頭市場，其上升趨勢波浪分為五波：1-2-3-4-5，其中第1.3.5波為上升波，第2.4波為修正調整波。第一波叫初升段，第三波叫主升段，第五波叫末升段。我們要如何從波浪理論中得知或看出---半山腰買進訊號？就波浪理論的兩項重要鐵則定義，可以得出答案。

經驗分享：

(1)第3波主升段的漲幅，不可以是第1.3.5波上升波中，漲幅最小的上升波。(2)第4波拉回修正的低點，不可以低於第1波的高點，也就是第1.4波不可以重疊。

若(1)和(2)兩項鐵則都成立，表示未來必定有第5波末升段行情；第5波高點必過第3波高點。由此可知，當股價自第3波高點漲多拉回，作第4波修正時，第4波修正的位置，就約當是半山腰的位置。當第5波末升段行情展開，就是半山腰的買進訊號。如何研判波浪理論的五波型態？從何觀察起？

經驗法則：

(1)實務上是從日線圖或週線圖觀察，會比較明顯易懂，能非常清楚地看出波浪理論的五波型態；月線圖僅提供時間序列的推算，較不易看出波浪理論的五波型態。

(2)半山腰的買進訊號：當週線圖清楚看出第4波拉回修正止跌而未跌破第1波的高點，表示將醞釀第5波的上漲，一旦週線圖的技術指標快速KD或KD指標形成“黃金交叉”買進訊號，就是半山腰的買進訊號。如下圖：

240

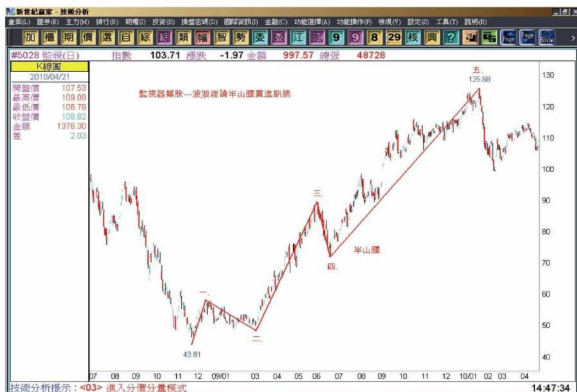


■ 買進訊號 ■

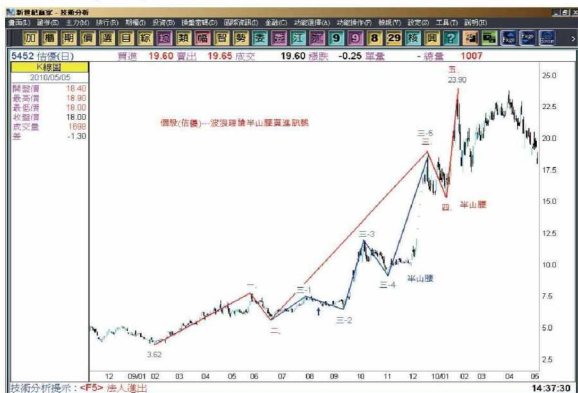
實例1.大盤---波浪理論半山腰買進訊號



實例2.監視器類股---波浪理論半山腰買進訊號



實例3.個股(估優)---波浪理論半山腰買進訊號



242



■ 買進訊號 ■

参、頭部高檔區的買進訊號



拍攝地點：四川省峨嵋山



頭部高檔區買進訊號：位於頭部高檔區的買進訊號該如何判斷呢？研究技術分析的人都知道，當KD指標位於0-20，稱之為底部低檔區或超跌區或超賣區；當KD指標位於80-100，稱之為頭部高檔區或超漲區或超買區。

實務操作上：(1)當股價於0-20底部低檔區出現由下往上的“黃金交叉”買進訊號，便執行買進動作。(2)當股價於80-100頭部高檔區出現由上往下的“死亡交叉”賣出訊號，便執行賣出動作。低買高賣是大多數投資人習慣的賺錢法則；但是，為什麼還會有頭部高檔區的買進訊號呢？股票市場上會出現頭部高檔區的買進訊號，大多屬於特例。比如說：當股價位於80-100高檔區，為何還會有買盤進場，其實務上的原因如下：

- (1)公司隔天或下午將召開法人說明會，法人間(盤中MSN)有利多消息傳言散波，盤中預先卡位買盤進場拉抬大漲或漲停板；若法說會如預期發布利多消息，股價隔日會再漲一天，便利多出盡，拉回修正。
- (2)公司召開法人說明會，會中發表非常好的前景和獲利數字，隔天股價大漲或漲停板，再次日股價開高後會走低，便利多出盡，拉回修正。
- (3)財X快報於盤中發布某外資調高某股票的投資評等或調高獲利目標價，結果盤中突然湧進大量短線買盤進場拉抬大漲，隔天消息見報，股價便開高走低，利多出盡，拉回修正。
- (4)外資操盤人有一種積極買進的下單模式---當股價突破盤

局，創新高，便“市價單”買進。反之，當股價跌破底部盤整格局，創新低，便“市價單”賣出。

(5) 飆股的特性是技術指標位於80-100高檔區產生鈍化現象，80-100高檔區才是飆股真正的大噴出階段，漲勢一發不可收拾，飆股一定會變成交易所的“警示股”黑名單。股票市場甚至還有一些心臟超強的投資人，專門從交易所公佈的“警示股”黑名單中找投資標的，他們的說法：要買就買最強的，一旦最強的股票都漲不動，表示盤勢轉弱，那就沒什麼好玩了。

上述的買進方式，不是一般投資人的買進模式，一般投資人位於頭部高檔區是不敢買進的，套句散戶說的話：頭部高檔區賣掉之後，若股價還續漲，那就留給別人賺吧！股票市場什麼樣的投資人都有，有人依據基本面買進；有人依據產業面買進；有人依據消息面買進；有人依據技術面買進；有人依據籌碼面買進；有人依據政策面買進等，投資人無論用何種方式買進，自己心中一定要有買進或賣出的依據，而不是用矇的，用感覺的，用猜的或用賭的方式，買進或賣出。

本單元介紹：頭部高檔區買進訊號，作者將為讀者介紹第(4)種，外資操盤人積極買進的方式---當股價突破盤局，創新高。和第(5)種，飆股的買進方式---技術指標位於80-100高檔區產生鈍化現象。

如下圖：

246



■ 買進訊號 ■

(一)股價突破盤局創新高

實例1.大盤---突破盤局創新高，頭部高檔區買進訊號



實例2.軟體類股---突破盤局創新高，頭部高檔區買進訊號



實例3.個股(勝華)---突破盤局創新高，頭部高檔區買進訊號





經驗分享：

在頭部高檔區出現的買進訊號，其特徵為：

- (1)股價位置來到前波高點區或來到今年高點區或來到歷史高點區，正醞釀創新高。
- (2)KD指標的K值大於50以上，接近80高檔區。
- (3)股價創新高當日，價量關係呈現：價漲量增---多頭模式；K線型態則呈現“帶量長紅棒”。

當股價“帶量長紅棒”創波段新高或創今年新高或創歷史新高，表示短線無套牢賣壓，盤勢將海闊天空。股價突破盤局，創新高---頭部高檔區買進訊號，對一些有經驗的外資經理人來說，是絕佳的加碼買進點；對有經驗且積極型的投資老鳥而言，亦是絕佳的加碼買進點，因為又是一波的漲勢開始。

同樣的買進訊號，有人看見機會；有人看見風險，結果是有經驗且有膽識的人，大獲全勝；而經驗不夠且膽識不足的人，徒留怨嘆。經驗可以學習，膽識可以鍛鍊，經作者的經驗分享，讀者可以傳承經驗，但是膽識就要靠各位自己下海嘗試鍛鍊了。

(二)技術指標位於80-100鈍化

何謂技術指標位於80-100鈍化，作者定義為：KD指標的K值和D值同時大於80以上，股價繼續上漲或大漲，KD指標短線產生鈍化失效現象，謂之KD指標鈍化。飆股大都屬於這種模式---技術指標位於80-100鈍化。

經驗分享：

在頭部高檔區出現的買進訊號，其特徵為：

- (1)股價位置突破前波高點或突破今年高點或突破歷史高點。
- (2)KD指標的K值大於50以上，接近80高檔區。
- (3)股價呈現“驚驚漲”模式，每天指數僅小漲或小跌，但股價走勢卻逐步往上；此時，KD指標於80以上呈現鈍化現象。
- (4)成交量呈現“草叢量”忽增忽減，無法形成持續性的攻擊量。

當股價創波段新高或創今年新高或創歷史新高，對一些有經驗的外資經理人來說，是絕佳的加碼買進點；對有經驗且積極型的投資老鳥而言，亦是絕佳的加碼買進點，因為又是一波的漲勢開始。但是市場上大多數的投資人追價意願不高，已買進的投資人，亦有一些會逢高分批減碼，故股價走勢才會形成“驚驚漲”，量價關係呈現“草叢量”模式。KD指標位於80-100鈍化---頭部高檔區出現買進訊號的個股，大部份都是小型股，籌碼少，被投信認養或是主力炒作的個股居多。

如下圖：

250

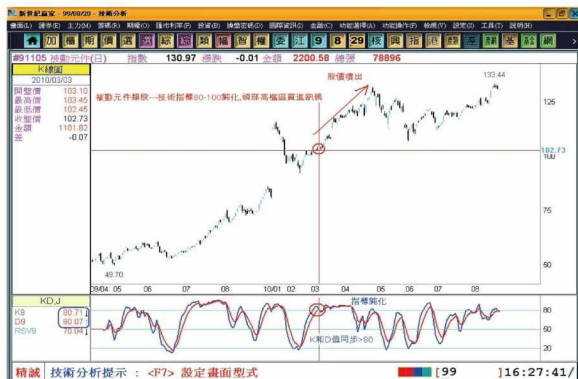


■ 買進訊號 ■

實例1.大盤---技術指標位於80-100鈍化，頭部高檔區買進訊號



實例2.被動元件類股---技術指標位於80-100鈍化，頭部高檔區買進訊號



實例3. 個股(宏達電)——技術指標位於80-100鈍化，頭部高檔區買進訊號

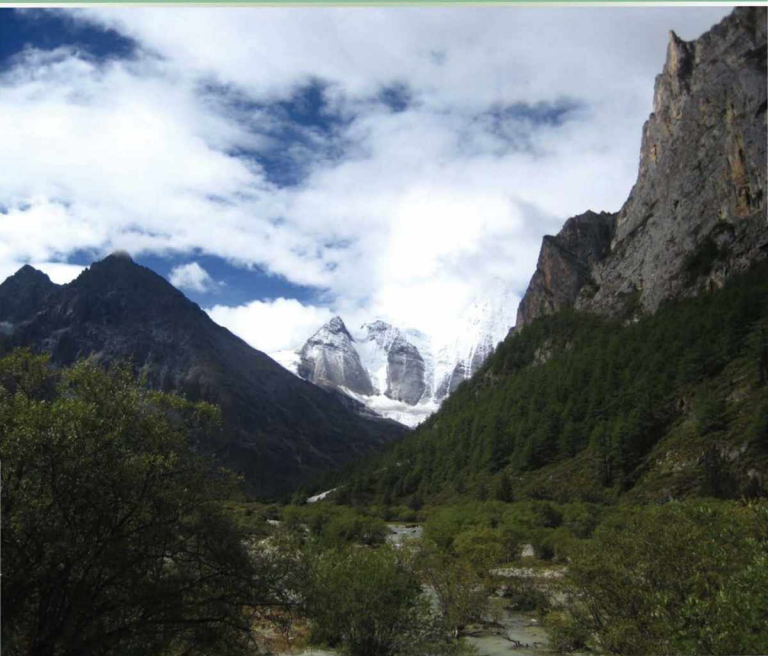


252



■ 買進訊號 ■

肆、結 論



拍攝地點：四川省亞丁神山“央邁勇”



在股票交易市場辛苦拼殺一年下來，年終結算時，到底是贏家多？還是輸家多？交易所曾經統計過：約80%的投資人是輸家，只有20%是贏家。

股票市場到底是一個怎樣的市場？輸錢的人說：是“吃人的市場”；贏錢的人說：是富者更富，窮者可翻身的市場。股市是老鳥吃菜鳥的市場嗎？答案：不是。實際上，正確或更精準的說法，應該是大咖吃小咖，小咖吃散戶的市場。

就股票市場的參與者做結構分析，參與者分爲：1.國安基金、2.政府四大基金(退撫、郵儲、勞退和勞保基金)、3.政府四大基金委外代操(投信和外資)、4.壽險和產險公司、5.壽險和產險公司委外代操(投信)、6.外資、7.投信、8.自營商、9.上市和上櫃公司(大股東)、10.上市和上櫃公司(大股東)委外代操(投信和投顧)、11.市場主力、中實戶和金主、12.投顧老師、13.散戶。由上述結構分析得知，散戶要在股市生存並賺大錢，其難度非常的高，想在同樣一塊股市大餅中，分得一杯羹，必須要習得一種賺錢的本領，才能對抗或領先12位大咖級或法人機構。

民國78年台灣股市第一次上萬點，台灣經濟前景大好，爲亞洲四小龍之首，“台灣經濟奇蹟”、“台灣錢淹腳目”、“股市全民運動”的說法，充斥在每天的媒體上，就有上市電子公司大老闆說：台灣股市像一個賭場。當年台灣股市是草莽主力時代，股市由四大天王(雷伯龍、榮安邱、翁大銘、阿不拉游淮銀)和中實戶及金主主導。新台幣由40元大幅升值到24元，資金行情在股市燎原，一發不可收拾。當年的賺錢本領是技術分析，籌碼分

析和消息面(主力作多明牌)，只要習得賺錢本領技術分析或包打聽，就能在股市輕鬆賺到錢，甚至是大錢。

民國86年台灣股市第二次上萬點，此時，台灣股市已由主力時代，轉為外資和投信主導的法人時代，當時的賺錢本領也轉變為基本分析和產業分析。

民國89年台灣股市第三次上萬點，此時，台灣股市由外資和投信主導的法人時代，轉變成多頭林立的戰國時代。股市新增了投顧老師(帶領散戶會員)的勢力加入；時至民國91年，政府開放全權委託代客操作後，政府四大基金委外代操加入市場，壽險和產險公司委外代操亦加入市場，另外，上市和上櫃公司的委外代操也加入市場；股票市場的法人參予者，一下子增多，股市的結構變得非常多元，此時的賺錢本領也變得多元，各憑本事，無論是運用技術面分析或基本面分析或產業面分析或籌碼面分析或消息面(MSN)，都可以賺到錢。對於一般的散戶投資人而言：如果能懂得且學會“買進訊號”和“賣出訊號”，並且能機械式的確實執行，相信在股市必能獲利賺錢且屹立不搖。

台灣股市自民國51年2月9日迄今，已邁入第48個年頭，其間國內、外發生多次的金融風暴，不知有多少股林豪傑，潮起潮落，滅頂於某次的金融風暴中。

作者自民國76年參與台灣股市的投資迄今，已有23年，其間經歷過台灣股市的三次萬點多頭行情，亦經歷過2485點；3098點；4474點；5422點；3411點；3955點等六次空頭市場。作者歷任過外資券商、投信公司和證券自營商，擔任過投信公司代操



經理、壽險和產險公司代操經理和自營商操盤經理。作者亦經歷過主力時代、外資和投信法人時代，投顧老師和全權委託代客操作時代。

筆者將23年的股市經驗---如何買進？透過本書《買進訊號》的出版和大家分享。希望無論是股市老手或是股市新鮮人，都可以從本書中得到一些“買進訊號”的經驗法則，將來無論是投資國內或國外的股市、基金或期貨...等金融商品，都能滿載而歸。

國家圖書館出版品預行編目資料

買進訊號 / 董鍾祥著 -- 初版. -- 台北市 :
寰宇, 2011.3

面;公分 -- (寰宇技術分析: 305)

ISBN 978-986-6320-23-1 (平裝)

1. 股票投資 2. 投資技術 3. 投資分析

563.53

100002631

寰宇技術分析 305

買進訊號

作 者	董鍾祥
主 編	柴慧玲
美術設計	黃雲華・富春印刷
發 行 者	陳志鏗
出 版 者	寰宇出版股份有限公司 臺北市仁愛路四段109號13樓 TEL: (02) 2721-8138 FAX: (02) 2711-3270 E-mail: service@ipci.com.tw http://www.ipci.com.tw 劃撥帳號 1146743-9
登 記 證	局版台省字第3917號
定 價	380元
出 版	2011年3月初版一刷 2011年7月初版三刷

ISBN 978-986-6320-23-1 (平裝)

網路書店: 博客來 www.books.com.tw

華文網 www.book4u.com.tw

※ 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤, 請寄回本公司更換。

買進訊號

- ◆本書為作者集結多年的研究心得和經驗，將操作上最常出現的底部低檔區、半山腰和頭部高檔區的買進訊號，提出完整而精闢的技術分析總覽，並輔以大量的技術圖範例解說，協助投資人參考運用。
- ◆底部區的買進訊號是全書的書寫重點。底部低檔區出現買進訊號，表示其未來漲勢波段可期，報酬率最高。若買進訊號出現的在半山腰位置，其未來漲勢有可能短，有可能長，報酬率次高。若買進訊號出現的位置是在頭部高檔區，其未來漲勢可能短，不可能長（少數飆股除外），報酬率最低。足見買點的位置非常重要，攸關買進之後的報酬率和持股信心。
- ◆股市名言：「想賺錢底部買進不賺也難，頭部買進比登天還難。」作者認為，尊重趨勢、敬畏趨勢、服從趨勢、順勢操作，乃是股市賺錢的王道。懂得技術分析的投資人，大都可以分辨買進訊號所處的位置是底部區或半山腰或頭部區，但是專研產業分析和基本分析的投資人，卻比較不易分別買進訊號所處的位置。作者認為，所謂好的買進位置，便宜的價格，才是賺錢唯一的法則。學會底部買進的技術分析，投資將無往不利。
- ◆全書分成三大篇：壹、底部低檔區的買進訊號；一、趨勢分析的買進訊號，二、各種技術分析理論的買進訊號，三、常用技術指標的買進訊號，四、綜合研判的買進訊號；貳、半山腰的買進訊號；一、由KD指標研判半山腰買進訊號，二、由型態理論（上升旗型）研判半山腰買進訊號，三、由波浪理論研判半山腰買進訊號；參、頭部高檔區的買進訊號。

